

Моя профессиональная
карьера



ISSN

INTERNATIONAL
STANDARD
SERIAL
NUMBER

ISSN

2782-4365

Проверить
номер:



Научно-образовательный электронный журнал

ОБРАЗОВАНИЕ И НАУКА В XXI ВЕКЕ

Выпуск №64-1 (том 1)
(июль, 2025)



Google
Scholar

Проверить индексацию статьи. Сайт: mpcareer.ru/google



Периодичность выпуска: 1 раз в неделю
Сайт: mpcareer.ru/oinv21veke. Почта: obrmpcareer@mail.ru



Международный научно-образовательный
электронный журнал
«ОБРАЗОВАНИЕ И НАУКА В XXI ВЕКЕ»

ISSN 2782-4365

УДК 37

ББК 94

**Международный научно-образовательный электронный журнал
«ОБРАЗОВАНИЕ И НАУКА В XXI ВЕКЕ». Выпуск №64-1 (том 1) (июль,
2025). Дата выхода в свет: 07.07.2025.**

Сборник содержит научные статьи отечественных и зарубежных авторов по экономическим, техническим, философским, юридическим и другим наукам.

Миссия научно-образовательного электронного журнала «ОБРАЗОВАНИЕ И НАУКА В XXI ВЕКЕ» состоит в поддержке интереса читателей к оригинальным исследованиям и инновационным подходам в различных тематических направлениях, которые способствуют распространению лучшей отечественной и зарубежной практики в интернет пространстве.

Целевая аудитория журнала охватывает работников сферы образования (воспитателей, педагогов, учителей, руководителей кружков) и школьников, интересующихся вопросами, освещаемыми в журнале.

Материалы публикуются в авторской редакции. За соблюдение законов об интеллектуальной собственности и за содержание статей ответственность несут авторы статей. Мнение редакции может не совпадать с мнением авторов статей. При использовании и заимствовании материалов ссылка на издание обязательна.

© ООО «МОЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ КАРЬЕРА»

© Коллектив авторов

ДОПОЛНИТЕЛЬНОЕ ОБРАЗОВАНИЕ	
Ахмедова Джерен Сахетмырадовна МЕТОДИКА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СОВРЕМЕННЫХ МУЛЬТИМЕДИЙНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ОБУЧЕНИИ РУССКОМУ ЯЗЫКУ СТУДЕНТОВ	58
Сапарова Огулгерек Нурыгдыевна АНАЛИЗ ПОЛЬЗОВАТЕЛЬСКОГО ОПЫТА НА САЙТАХ И В МОБИЛЬНЫХ ПРИЛОЖЕНИЯХ	63
Сапарова Огулгерек Нурыгдыевна СОЗДАНИЕ ВИРТУАЛЬНОЙ И ДОПОЛНЕННОЙ РЕАЛЬНОСТИ ДЛЯ МАРКЕТИНГОВЫХ ЦЕЛЕЙ	69
Курбансахатов Максат Чарымырадович РАЗРАБОТКА СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ КОНТЕНТОМ (CMS) ДЛЯ ВЕБ-САЙТОВ	76
Байрамова С. СИНТАКСИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ РУССКОГО И ТУРКМЕНСКОГО ЯЗЫКОВ: СОПОСТАВИТЕЛЬНЫЙ ПОДХОД	82
Байрамова С. ТЕРМИНЫ В РУССКОМ ЯЗЫКЕ И ОСОБЕННОСТИ ИХ ПЕРЕВОДА	88
Маметалиев Б., Мелаева М., Сердаров Д., Сапарова М. ЗНАЧЕНИЕ ИНФОРМАЦИОННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ В ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ	94
Нурбердиева Л. РОЛЬ РУССКОГО ЯЗЫКА ВО ВЗАИМОПОНИМАНИИ МЕЖДУ НАРОДАМИ	100
Нурбердиева Л. ЗНАЧЕНИЕ СОВРЕМЕННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ОБУЧЕНИИ РУССКОМУ ЯЗЫКУ	106
Оразлыева Г. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНТЕРАКТИВНЫХ МЕТОДОВ НА УРОКАХ РУССКОГО ЯЗЫКА	112
Оразлыева Г. ПРИЧИНЫ ПОЯВЛЕНИЯ НЕОЛОГИЗМОВ В СОВРЕМЕННОМ РУССКОМ ЯЗЫКЕ	118
Амансарыева Дж.Дж., Азниязова Н., Назаргылыджов Ы. ЯЗЫК — ЗЕРКАЛО НАЦИОНАЛЬНОЙ КУЛЬТУРЫ	124
Фараджаева А. ЛЕКСИЧЕСКОЕ БОГАТСТВО РУССКОГО ЯЗЫКА И ОСОБЕННОСТИ ЕГО ИЗУЧЕНИЯ	130
Фараджаева А. СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ В РУССКОМ И ТУРКМЕНСКОМ ЯЗЫКАХ	136

ФИО автора(-ов): Сапарова Огулгерек Нуриягдыевна, преподаватель,
Государственный энергетический институт Туркменистана, г. Мары

Название публикации: «АНАЛИЗ ПОЛЬЗОВАТЕЛЬСКОГО ОПЫТА НА САЙТАХ И В МОБИЛЬНЫХ ПРИЛОЖЕНИЯХ»

Пользовательский опыт (User Experience, UX) в условиях стремительно развивающегося цифрового рынка становится неотъемлемой частью конкурентоспособности любого веб-продукта или мобильного приложения. Он представляет собой совокупность ощущений, впечатлений и оценки эффективности взаимодействия пользователя с интерфейсом цифрового решения. При этом пользовательский опыт включает не только визуальное восприятие и навигационную логику, но и психологическое восприятие удобства, удовлетворённости, доверия и вовлечённости. В отличие от пользовательского интерфейса (User Interface, UI), который охватывает визуальную и техническую составляющую, UX затрагивает комплексное восприятие продукта, включая эмоциональные и поведенческие реакции пользователя.

Цифровые продукты с высоким качеством UX характеризуются сочетанием полезности, доступности, удобства, эстетики и надёжности. Под полезностью понимается способность продукта удовлетворять потребности пользователя и решать его задачи. Удобство означает лёгкость выполнения целевых действий без избыточных усилий. Эстетика интерфейса напрямую влияет на восприятие бренда и общее впечатление от взаимодействия. Доступность предполагает ориентацию на широкий круг пользователей, включая людей с ограниченными возможностями. Надёжность продукта заключается в стабильности его работы и доверии со стороны пользователя. Комплекс этих характеристик формирует общую удовлетворённость цифровым взаимодействием и влияет на бизнес-показатели.

Практическая значимость анализа UX заключается в том, что он позволяет выявить барьеры, препятствующие эффективному взаимодействию

пользователя с интерфейсом. Эти барьеры могут быть как техническими (например, медленная загрузка страниц, баги, неадаптивный дизайн), так и когнитивными (неинтуитивная навигация, неясные элементы управления, перегруженность контентом). Их устранение способствует росту ключевых метрик: увеличивается коэффициент конверсии, снижается показатель отказов, увеличивается продолжительность сессий и вовлечённость аудитории. Более того, положительный UX напрямую влияет на уровень доверия к бренду, лояльность и повторные взаимодействия.

Для получения объективной информации о качестве пользовательского опыта применяются как количественные, так и качественные методы анализа. Количественные методы ориентированы на сбор и интерпретацию цифровых следов поведения пользователя. Среди них центральное место занимает веб-аналитика, реализуемая с помощью таких инструментов, как Google Analytics, Yandex Metrica, Firebase и других. Эти платформы позволяют отслеживать ключевые параметры: показатель отказов, глубину просмотра, временные характеристики сессий, переходы между страницами и достижение целевых действий. Полученные данные визуализируются в виде отчётов и тепловых карт, показывающих зоны наибольшей и наименьшей активности. Особенно ценными являются такие формы визуализации, как тепловые карты кликов, скроллинга и движения курсора. Они позволяют определить, какие элементы вызывают интерес, а какие — игнорируются пользователями.

Дополнительный потенциал количественного анализа раскрывается через А/В-тестирование, которое предполагает сравнение нескольких версий одного и того же интерфейса с целью выявления наилучшего решения. Этот метод позволяет на практике проверить эффективность тех или иных изменений и минимизировать риски внедрения неудачных обновлений. Преимуществом А/В-тестирования является его статистическая достоверность и возможность непрерывного улучшения UX на основе эмпирических данных.

Качественные методы анализа ориентированы на получение глубинных инсайтов, связанных с восприятием и мотивацией пользователей. Одним из

наиболее информативных методов является юзабилити-тестирование, при котором пользователи выполняют заранее определённые задачи на сайте или в приложении. В ходе тестирования наблюдается, насколько легко и быстро пользователь справляется с заданием, какие трудности он испытывает и какие элементы интерфейса вызывают недопонимание. Такие исследования могут проводиться как в лабораторных условиях, так и удалённо, с помощью записи экрана и голоса участника. Эффективным дополнением к юзабилити-тестам являются интервью и фокус-группы, позволяющие прояснить эмоциональное отношение пользователя к интерфейсу, а также выявить ожидания, страхи и предпочтения, которые невозможно зафиксировать с помощью одних лишь количественных данных.

Другим распространённым инструментом является анкетирование, позволяющее собрать структурированную информацию об удовлетворённости, удобстве и готовности рекомендовать продукт. В рамках анкетирования часто используются стандартизированные шкалы, такие как Net Promoter Score (NPS), System Usability Scale (SUS) и Customer Satisfaction Score (CSAT). Эти метрики дают представление о том, как продукт воспринимается пользователями в динамике, и позволяют отслеживать эффективность изменений в дизайне или функциональности.

Особое внимание в контексте анализа UX следует уделять мобильным приложениям, которые обладают рядом специфических характеристик, отличающих их от веб-интерфейсов. Прежде всего, это ограниченность экрана, управление с помощью касаний (touch), разнообразие устройств и операционных систем, а также контекст использования — в движении, в условиях нестабильного подключения и ограниченных ресурсов устройства. Успешное мобильное приложение должно не только быть функциональным и красивым, но и учитывать особенности поведенческого паттерна мобильных пользователей. В условиях многозадачности и короткого внимания, важнейшее значение приобретает минимализм, скорость отклика и адаптация интерфейса под разные сценарии использования.

Для анализа поведения пользователей в мобильных приложениях применяются специализированные аналитические платформы, такие как Firebase, Mixpanel и AppMetrica. Эти инструменты позволяют отслеживать частоту использования приложения, длительность сессий, сценарии переходов между экранами, пользовательские события и конверсии. Кроме того, важным источником информации являются отзывы и оценки пользователей в App Store и Google Play. Анализ текстов рецензий, жалоб и пожеланий предоставляет ценную информацию о слабых местах интерфейса, технических сбоях и незакрытых потребностях целевой аудитории.

Нередко анализ UX позволяет выявить повторяющиеся ошибки проектирования интерфейса, которые негативно влияют на пользовательский опыт. К числу таких типичных ошибок относятся: избыточная или неструктурированная информация, перегруженность визуальными элементами, отсутствие адаптации под различные устройства, нелогичная навигация, непродуманный путь пользователя, а также слишком агрессивные всплывающие окна и push-уведомления. Устранение этих ошибок требует как аналитического подхода, так и креативного мышления со стороны дизайнеров, разработчиков и менеджеров продукта.

Результаты качественного анализа UX находят практическое выражение в конкретных изменениях интерфейса. Так, упрощение формы регистрации на веб-сайте, например, за счёт сокращения числа обязательных полей и добавления возможности входа через социальные сети, способно значительно повысить конверсию. Аналогично, переработка мобильного меню с акцентом на текстовые элементы вместо иконок улучшает навигацию и повышает вовлечённость пользователей. Примеры таких улучшений демонстрируют прямую зависимость между качеством UX и бизнес-результатами.

Таким образом, анализ пользовательского опыта представляет собой важнейший инструмент цифрового проектирования, позволяющий не только выявить и устранить текущие проблемы, но и прогнозировать поведение пользователей, разрабатывать эффективные сценарии взаимодействия и

формировать устойчивое конкурентное преимущество. В условиях высокой конкуренции на цифровом рынке именно UX становится критическим фактором, определяющим успех или неудачу продукта. Внедрение культуры непрерывного анализа UX требует системной организации процессов, вовлечения междисциплинарных команд и интеграции данных в процесс принятия решений. В конечном счёте, компании, уделяющие приоритетное внимание пользовательскому опыту, формируют более прочные связи с аудиторией, получают лояльных клиентов и обеспечивают устойчивый рост.

Список литературы

1. Норман Д. Дональд. **Дизайн привычных вещей**. — М.: Манн, Иванов и Фербер, 2016. — 384 с.
2. Круг С. **Не заставляйте меня думать: Веб-юзабилити**. — М.: Вильямс, 2020. — 216 с.
3. Гаррет Дж. Дж. **Элементы пользовательского опыта. Пользователь-ориентированное проектирование веб-сайтов**. — СПб.: Питер, 2012. — 288 с.
4. Nielsen J. **Usability Engineering**. — San Francisco: Morgan Kaufmann, 1993. — 362 p.
5. Cooper A., Reimann R., Cronin D. **About Face: The Essentials of Interaction Design**. — 4th ed. — Indianapolis: Wiley, 2014. — 720 p.
6. ISO 9241-210:2019. **Ergonomics of human-system interaction — Part 210: Human-centred design for interactive systems**.
7. Чиковани Н. С. **Пользовательский опыт в цифровых продуктах: методы оценки и практическое применение** // Журнал "Маркетинг и маркетинговые исследования". — 2021. — №3. — С. 45–52.
8. Пономарёв С. И., Егоров В. А. **UX-дизайн как фактор повышения конверсии в цифровой среде** // Вестник НГУ. Серия: Информационные технологии. — 2020. — Т. 18, №2. — С. 66–75.
9. Krug S. **Rocket Surgery Made Easy: The Do-It-Yourself Guide to Finding and Fixing Usability Problems**. — Berkeley: New Riders, 2010. — 168 p.

10. Google. **Google Analytics for Beginners**. [Электронный ресурс]. — URL: <https://analytics.google.com/analytics/academy/course/6> (дата обращения: 06.07.2025).
11. Яндекс.Метрика. **Справка и документация**. [Электронный ресурс]. — URL: <https://yandex.ru/support/metrika/> (дата обращения: 06.07.2025).
12. Firebase. **Analytics documentation**. [Электронный ресурс]. — URL: <https://firebase.google.com/docs/analytics> (дата обращения: 06.07.2025).
13. Хассен А. **Психология взаимодействия: как устроен пользовательский опыт** // UX Journal. — 2022. — №1. — С. 17–24.
14. Морозов А. Е. **А/В-тестирование и поведенческий анализ интерфейсов** // Журнал "Цифровые технологии". — 2023. — №4. — С. 83–89.