

лись позитивные прилагательные: привлекательный – 60%, комфортабельный – 35%, стандартный – 29%.

Таким образом, на основании полученных данных можно сделать следующие выводы:

1. Стандартные виды навигации, такие как горизонтальное, вертикальное и смешанное меню, остаются удобными и понятным для пользователя.

2. Гамбургер-меню для большинства пользователей является неудобным, хоть и понятным способом навигации.

3. Необычные решения навигационной панели (размещение её в нижней части страницы) непонятно и неприятно пользователю.

ЛИТЕРАТУРА

1. Навигация в дизайне сайта: основные элементы и примеры использования [Электронный ресурс]. – 2020. – Режим доступа: <https://idbi.ru/blogs/blog/navigatsiya-v-dizayne-sayta>– Дата доступа: 20.03.2020 г.

2. Примеры дизайна меню сайтов[Электронный ресурс]. – 2020. – Режим доступа: <https://stfalcon.com/ru/blog/post/examples-of-website-menu-designs>– Дата доступа: 25.03.2020 г.

УДК 004.514:004.4

Студ. П.О. Косовец, Е.А. Шуляк
Науч. рук. ст. преп. Т.П. Брусенцова
(кафедра информатики и веб-дизайна, БГТУ)

ПРИЧИНЫ ПОПУЛЯРНОСТИ «ТЕМНОЙ ТЕМЫ» ИНТЕРФЕЙСА МОБИЛЬНЫХ ПРИЛОЖЕНИЙ СРЕДИ МОЛОДЕЖИ

Темный режим — одна из самых популярных функций в современном пользовательском интерфейсе. Его история начинается со времен компьютеров с монохромным ЭЛТ-монитором. Положительная популярность была принята, чтобы сделать компьютерные интерфейсы похожими на бумагу. Темный интерфейс имеет технологичный вид и продается как решение проблем, связанных с напряжением глаз, использованием экрана при низкой освещенности, головными болями. Некоторые люди меньше устают и более сосредоточены при использовании темного режима. Других темный интерфейс отвлекает, ведь цвета становятся ярче.

Можно выделить следующие преимущества темного режима. Первый из них касается здоровья: наш почти круглосуточный просмотр экранов замедляет выработку гормона мелатонина, необходи-

мого для хорошего сна. Приборная панель в автомобилях часто имеет синий оттенок – чтобы водитель хотел меньше спать, потому что си-не-белая тема замедляет производство мелатонина вдвое. Но пользо-вателю, лежащему в постели, наоборот, нужно уснуть, перед этим ус-тановив будильник–лишение, уже привыкших к темноте, глаз сна вспышкой от телефона. С этим борется темный режим [1]. Второе преимущество заключается в том, что режим на OLED экране исполь-зует не все пиксели и экономит заряд батареи[2].

Темный режим имеет и недостатки: чтение текста на темном фоне затрудняется в хорошо освещенных условиях – текст выглядит размытым, что утомляет глаза. Поэтому, темный режим предназначен для использования в темных местах. Длинные фрагменты текста труднее читать в темном режиме.

Некоторые статьи утверждают, что скачок популярности темно-го режима – эффект толпы: Вы подсознательно выманиваете себя в темный режим, потому что его используют все вокруг. Это подкреп-ляется потоком статей о темном режиме в СМИ, который усиливается с каждым новым приложением, добавляющим эту функцию. Следует признать, что пользователям надоел вездесущий белый фон. Темный фон дает больше возможностей для игры с цветами, потому что с ним контрастирует большинство оттенков.

Для выявления причин популярности темной темы интерфейса мобильных приложений среди молодежи была опрошена аудитория в возрасте 17-28 лет. Результаты опроса показали, что более 60% опро-шенной аудитории предпочитают темный интерфейс мобильных при-ложений, процентное соотношение любителей светлого интерфейса и тех, для кого цвет интерфейса не имеет значения получилось по 18,2 % (рис. 1). Всего 19% опрошенных считают, что их окружение в воз-расте 17–28 лет используют «темную тему» в мобильных приложе-ниях находясь под влиянием трендов, а не ради удобства, в то время как 61,3%, не согласны с данным утверждением (рис. 2).

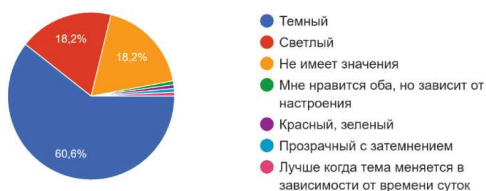


Рисунок 1 – Диаграмма предпочтения темного или светлого интерфейса

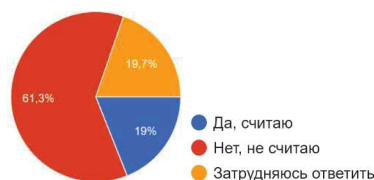


Рисунок 2 – Диаграмма мнения об окружении

Социальные сети и мессенджеры — наиболее популярные платформы по использованию темной темы в их интерфейсах (42,3%), на втором месте располагаются приложения и порталы для просмотра

видео (24,8%), на третьем — приложения для чтения книг и статей (19%). Следует отметить, что 35% используют темную тему везде, где это возможно, что свидетельствует о ее востребованности среди пользователей (рис. 3). Несмотря на выводы ученых, что светлый текст на темном фоне ухудшает читаемость длинных статей, большая часть (65%) отметили, что наиболее влиятельной причиной использования темной темы является удобство для глаз в любое время суток (рис. 4). Девятнадцать процентов считают самой влиятельной причиной их любовь к темным цветам. Процент опрошенных, использующий темную тему лишь из-за того, что считают такой дизайн интерфейса стильным, минимален.



Рисунок 3 – Диаграмма приложений, в которых используют темную тему

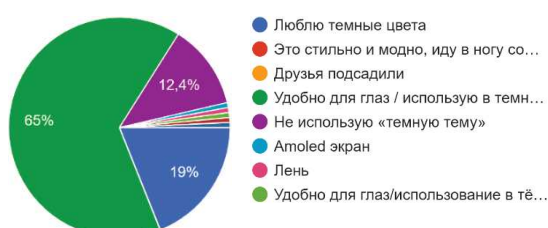


Рисунок 4 – Диаграмма наиболее влиятельных причин использования

В результате исследования было выявлено, что молодежь использует темную тему ради удобства, а теория о том, что популярность темной темы среди молодежи обусловлена тем, что это стильно и модно, была разрушена.

ЛИТЕРАТУРА

1. STUDIO by UXPin: Dark Mode Feature as an Ultimate Solution in Mobile App Design [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cutt.ly/gyqu4NB> – Дата доступа: 09.03.2020.

2. AndroinInsider.ru: Почему люди так любят темную тему для смартфона [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cutt.ly/lyqie09> – Дата доступа: 16.03.2020.