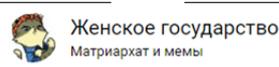


Окончание таблицы 1

1	2	3	4	5
12	<a href="https://vk.com">https://vk.com</a>		Символ Венеры, кулак, фемина	FEL
13	<a href="https://evanetwork.ru/ru/">https://evanetwork.ru/ru/</a>		Клевер, кельтский узел, сердце	Е.В.А.
14	<a href="https://vk.com">https://vk.com</a>		Символ Венеры, кулак, ромб	МЫ ЗА РАВЕНСТВО МЗР КНН
15	<a href="https://vk.com">https://vk.com</a>		Символ Венеры, кулак	Новосибирская Феминистская Группа
16	<a href="https://vk.com">https://vk.com</a>		Буква «Ф», Круг	Оскорбительные Феминитивы
17	<a href="https://vk.com">https://vk.com</a>		Кошка, фемина, кулак	Женское государство
18	<a href="https://vk.com">https://vk.com</a>		Символ Венеры, знак «Виктория»	Эстетика Феминитивов

Выводы:

1. Авторы логотипов, отступая от нравственных стереотипов, обратились к цветовым стереотипам: преобладание розового «женского» цвета.
2. Чрезмерное использование символа Венеры и, как следствие, сложность запоминания символа конкретного сообщества.
3. Общая агрессивность символики.
4. Во многих логотипах явно считывается уважение и понимание участниц сообществ друг другом, но не выражается аналогичное отношение к другим членам общества, что ставит их «против» него. Это несет негативный посыл и ухудшает репутацию всей группы.
5. Большой уклон в символике логотипов именно на борьбу, а не на равенство.

Список использованных источников

1. Фен-Шуй. URL: <https://vash-fenshyu.ru/simvol-beskonechnosti-znachenie>
2. Логотипы феминистических сообществ. URL: <https://vk.com>
3. Знак бесконечности. URL: [http://indragsil.org/znak\\_beskone4nosti.html](http://indragsil.org/znak_beskone4nosti.html)
4. Логотипы феминистических сообществ. URL: <https://ru.depositphotos.com/>
5. Значения символов. URL: <http://www.symbolarium.ru>
6. Значения символов. URL: <https://ru.wikipedia.org>

УДК 004.514

## НОВЫЕ ДИЗАЙН-ТРЕНДЫ В ПОЛЬЗОВАТЕЛЬСКОМ ИНТЕРФЕЙСЕ КРОССПЛАТФОРМЕННЫХ МОБИЛЬНЫХ ПРИЛОЖЕНИЙ

*Григорян А.О., асп., Макарова Т. Л., д-р искусствоведения, проф.*

*Российский государственный университет им. А. Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство) г. Москва, Российская Федерация*

*Реферат. Возможности дизайнеров в цифровой среде часто зависят от функциональности, которую им предоставляют разработчики. Это также тесно*

связано и с появлением новых трендов. Чем больше ресурсов, тем более сложным может быть дизайн. Технологии постоянно развиваются, что позволяет добавлять в дизайн более сложные элементы, включая плавную анимацию и другие эффекты, которые ранее были недоступны в связи с недостатком вычислительной мощности устройств. Новые тренды в мобильных приложениях появляются также благодаря обновленному дизайну операционных систем и напрямую зависят от внешнего вида смартфонов и их экранов.

Ключевые слова: UI тренды, пользовательский интерфейс, дизайн мобильных приложений.

12 сентября 2017 года был представлен новый смартфон корпорации Apple – iPhone X. Это был первый безрамочный телефон Apple, который ввёл моду на «чёлку» в экранах смартфонов. На этой «чёлке» размещаются датчики, динамики и фронтальная камера. Такое решение позволило увеличить область экрана, которая занимает 81,49 % от области лицевой панели. Как говорилось выше, новые тренды появляются также благодаря новшествам в дизайне самих устройств и этот пример с безрамочным экраном не исключение. После появления выступа на верхней части экрана многие китайские производители начали копировать эту «чёлку» в своих устройствах, что привело к массовости этого явления, которое отразилось на внешнем виде приложений. Многим компаниям пришлось изменить дизайн своих приложений, чтобы подстроиться под новые правила (рис. 1).



Рисунок 1 – Новейшие безрамочные смартфоны

Помимо большей площади экрана, новые смартфоны имеют закругленные экраны, что хорошо смотрится и с точки зрения эргономики, однако накладывает определенные ограничения, связанные с возможностью использовать элементы интерфейса на краях экрана. Среди других особенностей в дизайне прослеживается возврат к ярким цветам и объему. Прошло время, когда дизайнерам приходилось рисовать реалистичные иконки, чтобы приучить пользователей к сенсорному экрану и новому опыту взаимодействия. Сейчас каждый человек более-менее уверенно пользуется современными смартфонами и приложениями. Более нет надобности в объеме, который бы ассоциировался у пользователей с объектами из реального мира. Люди научились распознавать и понимать семантику пиктограмм и иконок, которые со временем стали практически однотипными, что ускорило процесс обучения, но привело к обезличиванию дизайна в целом. В каком-то смысле эра объемного дизайна подошла к концу и на смену ему пришел полностью плоский дизайн, который не особо изобилует яркими цветами. Плоский дизайн научил пользователей ценить чистоту восприятия информации и иерархию элементов, располагаемых на дисплее: не отвлекаться на ненужные элементы, но иногда дизайнерам нужно как-то выделить свой продукт, и поэтому постепенно в минимализм начал просачиваться новый объемный дизайн с яркими акцентированными цветами (рис. 2). С визуальной точки зрения, в современном дизайне чем больше отклоняешься от стандартов, тем более привлекательным становится продукт.



Рисунок 2 – Пример ярких элементов интерфейса в Material design

Дизайнеры, добавляя яркие цветовые решения и градиентные переходы с использованием цветов, которые базируются по основным законам колористики, могут

существенно оживить интерфейс и сделать его более привлекательным (рис. 3).



Рисунок 3 – Градиентные гармонии в приложениях

Использование цветов в любом дизайне должно быть обдуманым. Согласно последним исследованиям в психологии цвета, Джо Хэллок (Joe Hallock) выявил цветовые предпочтения мужчин и женщин. Целью исследования было выявить самые приятные и наименее приятные цвета, в зависимости от гендерной принадлежности человека. Джо Хэллок в своей статье утверждает, что синий является наиболее встречаемым в дизайне (рис. 4): он считается источником благоприятных эмоций. Каждый оттенок синего вызывает разные эмоции: голубой цвет связан со счастьем, так как чистое голубое небо вызывает ощущение счастья. Используя разные факты о цвете, дизайнеры могут умело манипулировать пользовательскими привычками и акцентировать внимание человека на важных деталях.



Рисунок 4 - Примеры использования синего цвета в дизайне товарных знаков

Согласно исследованиям, одним из самых популярных цветов в дизайне является и красный цвет, который вызывает чувство важности и тревоги (рис. 5). Часто этот цвет используется в дизайне там, где надо привлечь внимание пользователя. Красный цвет еще символизирует любовь и страсть, однако в большинстве случаев он всё же используется для привлечения внимания.



Рисунок 5 – Примеры использования красного цвета в дизайне товарных знаков

Благодаря цвету дизайнеры могут выделять свой продукт и акцентировать внимание пользователей на определенных функциях приложений. Возвращаясь к исследованию цвета в дизайне, вспомним, что женщины предпочитают более мягкие цвета, а мужчины более смелые (рис. 6–7).



Рисунок 6 – Результаты исследований цветовых предпочтений мужчин и женщин (самые приятные цвета)



Рисунок 7 – Результаты исследований цветových предпочтений мужчин и женщин (самые неприятные цвета)

Эти результаты позволяют понять, почему дизайнеры часто полагаются на цвет и используют определенные цвета чаще остальных цветов. Существует бесконечное множество цветových комбинаций, которые могут восприниматься по-разному и отличаться для каждого человека. Следующим важным трендом в мобильных приложениях является нестандартная типографика (рис. 11). В современном дизайне, несмотря на изобилие различных способов донесения информации, текст пока является наилучшим из них. Истоки современной цифровой типографики идут из середины XX века, с началом нового направления в дизайне: «швейцарский стиль» или «интернациональный типографический стиль». Представители данного стиля считали, что цвет не является наиболее важным элементом в дизайне, его задача забирать внимание и направлять его на текст, который является источником информации (рис. 8). Характерно, что многие элементы из этого направления перешли в современный дизайн интерфейсов. Одним из важных элементов типографического стиля является наличие модульной сетки и четкое расположение элементов относительно неё (рис. 9–10).



Рисунок 8 – Пример швейцарского стиля



Рисунок 9 – Логотип космического агентства NASA (1970-е годы)



Рисунок 10 – Модульная сетка в дизайне мобильных приложений

Современный графический дизайн взял лучшее из разных направлений искусства: важно совмещать функциональность и эстетику, делать больший акцент на значимых деталях, передавая сообщение пользователю путем визуальной коммуникации, используя цвет и

заголовки достичь гармоничного сочетания всех элементов на экране устройства. Дизайн должен быть чистым и лишён визуального мусора (лишних элементов, затрудняющих восприятие).



Рисунок 11 – Нестандартная типографика в приложениях

Вся текстовая часть должна подчиняться определенным правилам. Заголовки должны отличаться от подзаголовков, а те от основного текста. Умение правильно разбивать текст на блоки позволяет пользователем проще воспринимать информацию. Стиль, шрифт и цвет играют важную роль в освоении информации и следующий тренд, который объединяет все элементы дизайна, – это умная анимация. В современных приложениях плавная анимация играет важную роль. К примеру, если пользователь совершил ошибку, то элементы дизайна могут «встряхнуться», чтобы «юзера» обратил внимание и исправил ошибку. Новые мощности в современных смартфонах позволяют интегрировать дополненную реальность и 3D-графику в экосистему приложения, что расширяет горизонты применения приложений и помогает пользователям быстро адаптироваться к новым функциям в незнакомой для них среде. Анимация также может играть роль «микроразвлечений» для пользователей, чтобы скрыть ожидание. К примеру, когда вы вводите данные в поле вода или ждёте загрузки приложения, на вашем экране может появиться интересная анимация, которая немного разбавит скучную загрузку приложения. Умная анимация помогает скоротать время, развлечь пользователя, указать ему на ошибку или даже предугадать его действие, указывая ему на следующий шаг. Сейчас намечается тенденция обращения к псевдо-3D интерфейсам. Это промежуточный этап на пути к полноценному переходу на объёмный интерфейс, но пока технологии недостаточно развиты, чтобы внедрить это в дисплеи обычных смартфонов, однако пользователей постепенно готовят к многослойным объёмным интерфейсам, наподобие примерам из фантастических фильмов. Такие дисплеи – лишь вопрос времени.

Выводы по статье. Индустрия дизайна изменчива и понимание аспектов некоторых явлений в дизайне помогает спрогнозировать последующие тренды в этом направлении, что поможет коммерческому продукту быть успешнее на рынке и оставаться на виду, используя современные направления в дизайне пользовательских интерфейсов. Однако следует помнить, что, полностью следуя основным трендам, можно лишиться оригинальности. Выделяются те дизайнеры, которые не боятся нарушать правила и устоявшиеся привычки в индустрии цифрового дизайна.

#### Список использованных источников

1. Созинова, А. А. Использование психологии цвета для эффективного бизнес-маркетинга // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. – 2014. – № 1.
2. Григорян, А. О., Макарова, Т. Л. Актуальные приёмы в современном графическом дизайне. – МГУДТ, ДИСК 2016. – 6 с. Дизайн и искусство – стратегия проектной культуры XXI века (ДИСК-2016): сборник материалов Всероссийской научной конференции молодых исследователей. Часть 1. – М.: ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина», 2016. – 170 с. С. 6–8.
3. Официальный сайт JOE HALLOCK [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.joehallock.com/?page\\_id=128168](http://www.joehallock.com/?page_id=128168)
4. Официальный сайт UX Planet [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://uxplanet.org/how-color-can-effect-emotion-ccab0431b1d>
5. Официальный сайт Medium [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://medium.com/@iliasunset/-f452aa37be68>