

浅析教育类手机应用 UI 设计—以 中国慕课网为例

魏源言

四川大学锦城学院 计算机与软件学院 四川 成都 611731

【摘要】近年来,网络学习已逐渐成为现代学习中一个不可替代的学习方式,它的出现弥补了现在人在时间、空间上的资源不足,也符合日新月异的互联网信息更替。通过利用线上资源来提升自己的知识储备,且互动性较强,能够充分调动学习者的主观能动性。根据国际第三方在线教育机构 Class Central 统计,截止 2018 年底,中国 MOOC 平台用户注册数量达到 1.01 亿人次。2019 年 4 月我国教育部发布慕课用户超过 2 亿人次学习。本文将中国慕课网为例,分析主要用户群体在使用应用上的界面风格、个性化偏向、交互体验等方面的特点。分析先 UI 界面设计,针对主受众用户提出优化方案。

【关键词】教育类手机应用;UI 设计;中国慕课网

随着互联网的全面应用,慕课(Massive Open Online Course,MOOC)即大型网络公开课的教育模式得到迅速发展,作为一个“互联网+教育”的产物,即有互联网应用的操作特点,设计交互特点等。而要使得 UI 性能的提升,首先应该分析受众群体对于使用操作、页面布局的喜好偏向。更好的迎合用户需求。提高现用户黏性,增加新用户。UI 设计(User Interface)即用户界面设计。是当今时代互联网应用不可或缺的一部分,主要是对软件的人机交互、操作逻辑、界面美观进行整体设计。使得产品具有更好的交互体验。

软件用户使用体验与之密不可分,在视觉效果达到最佳的前提下,当今用户更为注重应用的交互操作逻辑及不同群体的体验喜好特点。能在页面布局和交互上给受众群体的体验舒适感带来提升。

1 用户数据分析

(1) 年龄构成

智研咨询发布的《2017—2022 年中国慕课行业深度调研及市场前景预测报告》中,慕课的主要学习受众是年龄 18—25 岁的学习者,^[1]占比 47.9%。其次是年龄段 26—30 岁的学习者,占比 15.20%。此为应用目前用户主要年龄构成。

(2) 职业构成

数据显示,学生人群用户占比 38.5%,普通职员用户占比 26.5%,中高层管理者用户占比 11.5%。

(3) 课程偏好

数据显示,学生群体用户学习本科教育类占比 66.40%,而职业技能类占比 45.20%。在职用户学习职业技能类占比 70.80%,学习本科教育、研究生教育为 30.05%。

1.1 需求分析

根据上述用户数据分析,发现此款应用主要受众人群是 90 后至 00 后的这个群体,对于这一代人来讲,在操作互联网技术产品时,是基本不需要花费学习成本的,甚至是习惯性的。而对这个群体的用

户来说,对于软件应用的体验感要求更为偏个性化。由上述数据得出,受众群体主要分为学生用户群体和在职用户群体。学生群体主要偏向是本科教育、研究生教育类;而在职人员的偏向则是职业技能类。各类别对于主要受众用户存在差异,则用户对于视觉的需求文化存在差异。再来分析这两个群体使用特点上的偏向。UI 的设计过程中,需要考虑很多影响因素,例如,国家、文化、消费者的年龄等,不同的消费群体对交互体验的感受不同,认识也不同,直接影响着交互体验的效果。^[2]

学生群体用户体验特点在色彩搭配上个性化比较突出,视觉效果上不是一味的简洁,而是具有追求更好的美观性,交互体验新奇且简便。配色上可使用一些比较彰显活力、趣味的颜色。而在接受一些新的操作、交互方式上接受性更高,可考虑从此方面设计上加入一些企业文化特点,为应用产品增加更强的竞争力。

在职人群用户体验特点为简洁高效,视觉风格喜好简约大气,操作逻辑简约明了,在配色上可采用较为传统的配色,可参考色彩心理学中较为减压、清爽的配色。页面不宜放置过多信息,应该注重设计页面的交互逻辑结构,使页面体验效果达到最佳。

而如何提升应用性能,做到增加老用户黏性,同时在此网络学习大潮下不断吸引新用户,也正是 UI 设计的重要性所在。

2 教育类手机应用 UI 的交互逻辑性

2.1 框架内容

在面对复杂信息架构产品的设计时,结构化、强逻辑的设计思考与表达过程也尤为重要。

在一个应用的基础框架确立好以后,对于框架应该放怎样的内容,或者说内容将以什么样的逻辑来呈现,才会使用户体验达到最佳,不同的应用类型答案也是千差万别,而设计师此时的归类和取舍也关系到最后所呈现的效果了。本文将通过对主要受众用户进行个性化分析,来解决不同用户对于框架

内容选择进行取舍。

2.2 明暗设计

框架内容搭好以后,各模板元素之间的布局,优先级应该怎样来凸显,使用户体验效果达到最佳。明暗关系的设计与使用者的舒适度关联性极强。同样不同的受众对于明暗关系把握应有不同的对待方案,提高针对性来增加用户黏度。

2.3 合理的布局及间距

美观方面应该注意元素布局平衡、保持好界面一致性。然而想要提升产品性能,不应该只考虑页面的美观程度,更应该注重用户的使用习惯及智能性。例如主要功能和点击频率高的功能应该在位置的分布上呈现一定的关联设计,子类别不应该占据太多的主页面空间,由前文分析,因类别产生的受众用户的差异性,应该在UI设计时差异存放内容来布局。

2.4 页面交互

在页面交互的逻辑关系中,最为重要的使用体验的便捷性,比如页面的交互中是选择弹窗还是跳转,表面看似是兴趣的选择,其本质是用户体验便捷性的选择,在应用支付的界面,选择跳转页面就会使得用户的购买体验大打折扣。想要做到应用性能的提升,就要关注好细节方面的页面交互。了解主受众群体在使用上的便捷操作及喜好习惯。

3 分析手机应用,中国慕课网,UI设计

3.1 信息罗列

相比国外的UI界面设计,国内的排版设计常用把整个子类别堆满,这种一览无余的设计方法也会加重页面信息过于庞大,页面布局造成的负担,尽管大多数的设计者会使用明暗关系来进行修饰,但布局也会显得杂乱,不够简洁高效。应减少子类别在首页中的占比,放到主类别中去,再由上文所分析的主要受众的适应差异化相结合。

3.2 版块布局

中国慕课网中首页导航栏分为“发现课程”、“名师专栏”和“慕课考研”三个板块,逻辑结构简单明了,主题内容布局明确,但是并未进行前文所分析的差异化对待。在页面的布局上间距适中,给页面的视觉体验更多呼吸感,控制了页面的空间构成。同时遵循“相关靠近”原则,增加了用户的舒适性和便捷性。排版在字体、图片上运用了大小关系,明暗关系进行强化,使得层级关系更为明确。

3.3 视觉风格

中国慕课网整体视觉风格偏为扁平化,色彩搭配较为传统。在用色上也较为经典,缺少个性化,主

页面中轮播图广告主要采用的是插画风格,增加了页面活力,视觉表现更精彩。图版率适中,增加了页面的感染力。

4 针对中国慕课网 UI 界面的优化建议

根据前文列出的UI界面分析以及受众用户数据分析,提出以下优化建议。(本文针对主要受众群体分析进行个性化优化)

(1)页面布局首页中的三个主导航栏可简单划分为针对两种主要使用用户的导航,及本科课程类及职业技能类,再针对两种用户对界面的喜好做相应调节,而在原有的基础上,可以在排版上更为简洁,先让用户选择类别,再出现选择子类别。让用户流畅地接收到主页面主要传达的信息。在选择了子类别以后,再次针对主受众用户的适用特点对页面视觉风格进行修改。增强类别在首页中的表现力。

(2)类别的逻辑性优化,在中国慕课网中,类别“发现课程”中同时也出现了第二个类别“名师专栏”和第三个类别“慕课考研”的推送内容,在内容的布局排版上过于杂乱,建议在逻辑结构中清楚的将几个类别区别开来,同时也可做差异化设计。也强化了页面类别的逻辑性。

(3)Banner的设计文字较多,可简化概括到主题内进行选择,主题可以照旧用插画来体现,展示页面的简洁性。考虑到图片本身的展示空间与效果,可在配色上使用比较鲜明的反差色来进行搭配,同时也可解决文字视觉焦点被弱化等现象。可再适当提高图版率来增加页面活力。

(4)功能图标设计可再简洁一些,通过配色来增加其美观适配性。可简化图标中的线条造型,统一性风格,采用简洁大方的设计风格。

(5)页面交互上可用动效设计替换一些常规的交互。例如在等待动效上或者转场动效上,可根据上文对两种受众群体的分析,在不同的板块中按照其特点进行设计。使得应用产品在UI方面具有更强地竞争力,为用户提供更好的操作体验。

5 结束语

随着互联网应用的层出不穷,UI设计已经成为一个应用最终用户体验的直接影响因素,而国内教育类应用软件都是较为传统的页面布局及配色体系,想要提高用户的体验度,分析用户需求偏好就显得尤为重要,不仅仅只是界面美观,更重要的是针对不同的用户群体选择不同的UI设计逻辑及页面布局,使得用户享受此设计逻辑。为产品增加更高的适配性。

【参考文献】

- [1]《2017—2022年中国慕课行业深度调研及市场前景预测报告》
[2]冯利华. UI设计中用户交互体验的视觉思维浅析[J]. 中国多媒体与网络教学学报(下旬刊), 2019(09):11—12.

作者简介

第一作者:魏源言(1998—),女,汉,云南省文山州,本科,四川大学锦城学院,研究方向:UI设计。