

УДК 378.147.111

РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО РОЗРОБКИ UI ЕЛЕМЕНТІВ ДЛЯ E-LEARNING ПРОДУКТІВ

Боровинська Ю.Д., студентка, кафедра МСТ ХНУРЕ
Колесникова Т.А., доцент, кафедра МСТ ХНУРЕ

***Анотація.** Розглянуто важливість дизайну користувацького інтерфейсу для e-learning продуктів. Зазначено психологічні, фізіологічні аспекти юзерів, які відіграють провідну роль у формуванні інтерфейсу додатків на перших етапах. Виокремлено основні засади, які сприяють покращенню взаємодії користувачів із продуктами, призначеними для дистанційного навчання.*

***Ключові слова:** КОРИСТУВАЦЬКИЙ ІНТЕРФЕЙС, РЕКОМЕНДАЦІЇ, UI ЕЛЕМЕНТИ, ДИСТАНЦІЙНЕ НАВЧАННЯ, E-LEARNING ПРОДУКТИ.*

Викладання і навчання за допомогою електронних пристроїв, таких як комп'ютери, телевізори, телефони і т.д. називається електронним навчанням (e-learning). 2020 рік став головним поштовхом для розвитку даної сфери в усіх країнах світу.

За рахунок потреби у дистанційному навчанні, відбулось стрімке появлення e-learning продуктів, в яких певними аспектами адаптації користувачів було знехтувано. Це спричинило те, що користувачі не використовують ресурси так, як задумано — натискають не ті кнопки, не бачать посилання, не вчитуються в інструкції.

Інтерфейс (UI) є точкою взаємодії між користувачем і комп'ютерним програмним забезпеченням. Успіх продукту залежить насамперед від дизайну користувацького інтерфейсу (UID), тобто можливості використання програмного забезпечення.

Для вдосконалення взаємодії з продуктами, необхідно враховувати вік, стать, психологічні, політичні, соціальні, фізичні аспекти потенційних користувачів і технічні питання одночасно.

А під час розробки дизайну, слід пам'ятати про золоте правило UI дизайну: «Надайте користувачеві контроль; зменшіть навантаження на пам'ять користувача; зробіть інтерфейс узгодженим.» Також поліпшити взаємодію користувача з контентом можна за допомогою узагальнення і виділення основних принципів психології. Декілька порад для підвищення рівня обізнаності у використанні e-learning продуктів:

1) Вдоволення. Людям властива економія часу. Мало хто наважується на вивчення інструкцій, вважаючи за краще вирішувати поставлене завдання навмання. Відповідно при розробці інтерфейсу важливо прагнути до того, щоб кожен елемент зчитувався в перші секунди та був максимально інтуїтивно зрозумілим.

2) Закон Хіка. Закон Хіка каже, що час і зусилля, необхідні для прийняття рішення, збільшуються з кількістю варіантів. Чим складніше інтерфейс, чим більше в ньому елементів — тим складніше користувачу сприймати контент, робити вибір.

Задля уникнення цього, слід групувати схожі функції, властивості; приховувати додаткові дії під дропдаунами.

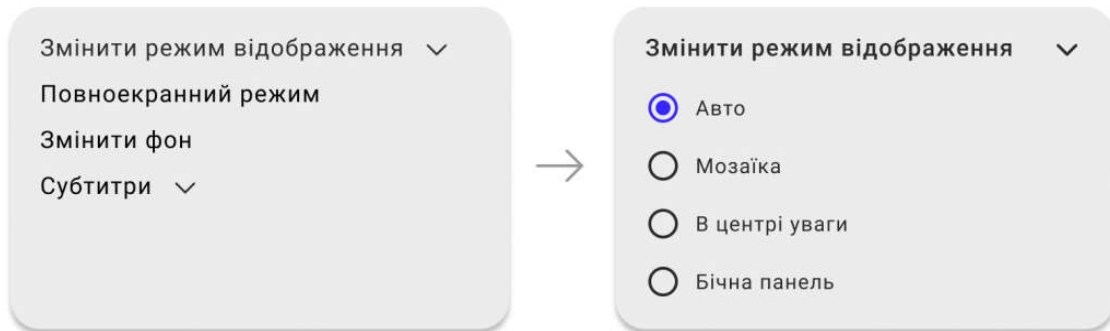


Рисунок 1 — Дропдаун «згорнутий» та «активований»

3) Очевидність. Для вирішення необхідного завдання — людина вдається до розумової роботи. Чим менше об'єм даної роботи виконає користувач, тим впевненіше він буде відчувати себе при використанні продукту. Чим зрозуміліше клікабельність кнопок, посилань, тим очевидніше буде шлях до поставленої мети. Наприклад, кольором виділяємо клікабельні елементи, посилання має нижнє підкреслення, кнопкам властиво мати обмежувальну область.

Текст

Посилання

КНОПКА

Рисунок 2 — Приклад зображення UI елементів

4) Мовний інтерфейс. Використання даного інтерфейсу може допомогти подолати напружені ситуації; він дозволяє людям бути більш розслабленими і творчими. Збіг статі, особистості або акценту сприяє виникненню почуття довіри та інтересу.

5) Умовності. Люди віддають перевагу тому, що їм знайоме. Загальноприйняті умовності допоможуть домогтися максимального взаєморозуміння. В ІТ сфері існують патерни UI елементів. Наприклад, іконка «бургер» приховує основне меню, іконка «хрестик» означає закриття вікна, іконки «стрілочки вліво і вправо» — перемикання між слайдами, зображеннями в каруселі.

6) Функція інтелектуального пошуку, що дозволяє користувачеві знаходити потрібний контент. Це дозволяє користувачеві відчувати себе вільно, впевнено та економить його час.

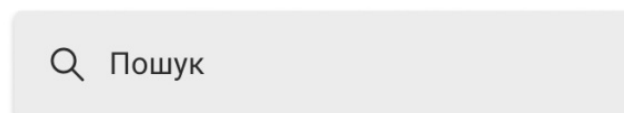


Рисунок 3 — Інтелектуальний пошук

7) Надання зворотного зв'язку. Будь-які дії користувача повинні мати відгук. Мікрözаємодії продукту — певний тригер, який забезпечує зворотну реакцію на дію користувача або на зміни в системі. Тригер зворотного зв'язку може бути поєднаний із звуковим сповіщенням або поп-апом.

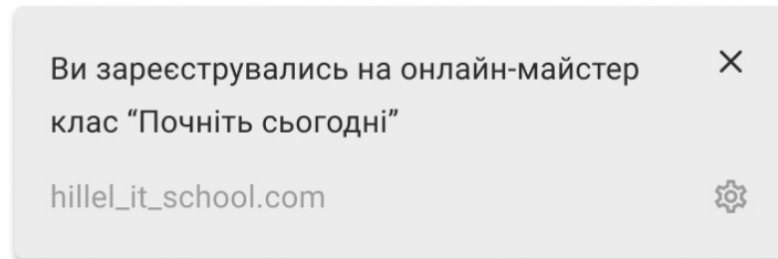


Рисунок 4 — Поп-ап зворотного зв'язку

8) Допомога. Деякі завдання бувають складними, і тоді користувачеві може знадобитися допомога. В цей час важливо дати декілька коротких, логічних вказівок для швидшого досягнення мети. Це можуть бути туторіали, хелпери, які допомагають користувачеві познайомитися з інтерфейсом.

Література.

1. Ахаван П. Вивчення дистанційного навчання та структури для розвитку e-learning продуктів. Тегеран, 2005. 130 с.
2. Нас С., Брейв С. Провідні мови: Як голосовий супровід залучає та активізує користувачів. Стенфорд, 2007. 150 с.
3. Психологія користувача у діджитал-середовищі на прикладі e-learning продуктів // Я не хочу думати. Частина 1 2021. URL: <https://habr.com/ru/post/549916/> (дата звернення 20.04.2021).