

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МЕТОДА ПЕРСОНАЖЕЙ ДЛЯ СОЗДАНИЯ ЦИФРОВЫХ ИНТЕРФЕЙСОВ

Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники
г. Минск, Республика Беларусь

Дворник А.А., Пухова П.Л.

Телего А. В. – ассистент, магистратура

В связи с развитием научно технического прогресса, и появление бесчисленного количества различных цифровых интерфейсов может показаться, что для создания успешного на рынке цифрового интерфейса, который призван удовлетворить самую широкую аудиторию пользователей, нужно сделать его функциональность как можно более широкой, что бы приспособить его к потребностям большинства людей. Однако эта логика порочна. Лучший способ успешно удовлетворить нужды широкой аудитории – проектировать для конкретных типов людей с конкретными потребностями.

Персонаж представляет собой документ с описанием типичного представителя целевой аудитории. Персонажи могут принести заметную пользу проектной команде, заинтересованным лицам и заказчикам. При наличии тщательного описания, основанного на результатах исследований, они дают очень ясное представление о пользователях сайта или приложения – вплоть до картины того, каким именно будет процесс использования.

Персонажи делятся на два типа:

- маркетинговые персонажи, моделирующие мотивацию для покупки;
- интерактивные персонажи, моделирующие будущее поведение пользователей.

Персонажи помогают проектировщикам определять, что должен делать продукт и каким должно быть его поведение. Цели и задачи персонажей образуют фундамент для проектирования. Так же данный метод помогает разработчикам общаться с заинтересованными лицами, разработчиками и другими проектировщиками, достигать взаимопонимания и согласия в вопросах проектирования, оценивать эффективность решений. На персонажах можно испытывать проектные решения в процессе их формирования так, словно вы показываете их реальным пользователям.

Кроме того, персонажи позволяют решить три ключевые проблемы проектирования, возникающие при разработке продукта. Вот эти проблемы:

- проблема пластилинового пользователя;
- проектирование под себя;
- проектирование в расчете на исключительные ситуации;

Для эффективного проектирования нескольких цифровых интерфейсов [1-3], нужен набор персонажей, которые создаются на основе исследований, охватывающих контексты использования всех этих продуктов. Это приведет не только к увеличению масштаба исследований, но и к более сложной проблеме выявления управляемых и связанных наборов шаблонов поведения, действительных для всех контекстов. Ошибкой будет считать, что два пользователя, проявляющих сходное поведение в отношении одного продукта, будут сходно вести себя и в отношении другого. Таким образом, чем больше продуктов вы пытаетесь охватить, тем сложнее сохранять четкость и связность набора персонажей, представляющего разнообразие настоящих пользователей. Таким образом, в большинстве случаев при разработке различных продуктов следует изучать и создавать самостоятельных персонажей.

Поведение каждого человека определяется его мотивами; некоторые очевидны, но многие скрыты. Крайне важно, чтобы персонажи отражали эти мотивы – в виде описания целей. Перечисление целей наших персонажей (их мы более подробно обсудим в оставшейся части главы) – это краткое описание мотивов, не только отсылающее к определенным шаблонам использования, но и объясняющее существование определенных шаблонов поведения. Понимание того, почему пользователь выполняет те или иные задачи, дает проектировщикам хорошую возможность усовершенствовать способы решения этих задач или даже вовсе исключить эти задачи на пути достижения все тех же целей.

В свое время метод персонажей активно использовался для создания стратегии разработки веб-сайтов и мобильных приложений. Однако некоторые представители UX-сообщества заявляют, что от персонажей теперь можно отказаться, благодаря доступности очень точных количественных данных о поведении пользователей и появлению новых методов проектирования цифровых интерфейсов.

Список использованных источников:

1. [Электронный ресурс] // Режим доступа : URL : <http://usabilitylab.ru/blog/pol-bryan/>
2. Расс Унгер, Кэролайн Чендлер UX-дизайн Практическое руководство по проектированию опыта взаимодействия / Расс Унгер, Кэролайн Чендлер //Издательство «Символ», 2010 г. – 324 с.
3. Алан Купер, Роберт Рейман, Дэвид Кронин Алан Купер об интерфейсе. Основы проектирования взаимодействия/ Алан Купер, Роберт Рейман, Дэвид Кронин // Издательство «Символ», 2009 г. – 282 с.