

ПРОВЕДЕНИЕ ЮЗАБИЛИТИ-ТЕСТИРОВАНИЯ ДЛЯ ЭФФЕКТИВНОЙ ОЦЕНКИ ПРОГРАММНЫХ ПРОДУКТОВ

Гавриченко А. В.

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

Романюк Г. Э. – к.т.н., доцент

В статье кратко описан один из методов UX-проектирования - юзабилити-тестирование, приведены основные цели и причины для его проведения, описаны виды юзабилити-тестирования, роли и обязанности участвующих людей, сформулирован процесс подготовки и проведения, даны рекомендации по проведению юзабилити-тестирования.

Юзабилити-тестирование – это наблюдение за людьми, которые используют то, что вы создаете/проектируете/строите (или то, что вы уже создали/спроектировали/построили), с целью упростить их работу или доказать, что программный продукт прост в использовании. Этот элемент достоверного использования является как раз тем, что принципиально отличает юзабилити-тестирование от опросов, интервью, работы с фокус-группами, где интересуются только мнением людей о тех или иных программных продуктах, или о предыдущем опыте их использования. [1]

Цель юзабилити-тестирования – представить программный продукт пользователям и посмотреть, как они им пользуются. Наблюдая за пользователями, вы всё лучше понимаете, как люди используют программные продукты и как они должны быть сделаны, чтобы ими можно было пользоваться просто и эффективно.

Причины для проведения юзабилити-тестирования следующие: определить проблемы во взаимодействии пользователя и программного продукта, проверить концепцию на раннем этапе, сравнить существующий программный продукт с новым разработанным, сравнить с конкурентами, проверить гипотезы относительно использования программного продукта пользователями. Юзабилити-тестирование можно проводить на любой стадии готовности программного продукта, начиная с бумажных прототипов и заканчивая готовой рабочей версией. Существует несколько видов проведения юзабилити-тестирования:

1) лабораторное – пользователи приглашаются в специально оборудованную лабораторию, в которой размещено большое количество датчиков для измерений состояния пользователя; особенность такого проведения – пользователь может чувствовать себя некомфортно, находясь в искусственной обстановке, действовать неестественно;

2) коридорное – неформальный и быстрый вид проведения, буквально в коридоре просите первого встречного человека поработать с вашим программным продуктом, выполнить несколько быстрых заданий; особенность такого юзабилити-тестирования – человек может не оказаться представителем вашей целевой аудитории, полученные результаты сложно представлять руководящим лицам как достоверные;

3) полевое – проводится в реальном контексте использования программного продукта, пользователи находятся в привычной для них среде;

4) удаленное – проводится удаленно с помощью специальных программ, можно приглашать представителей необходимой целевой аудитории, которые находятся на далеком расстоянии от вас (например, при проектировании зарубежных программных продуктов). Особенность проведения – можно упустить из виду некоторые эмоции, язык жестов пользователей.

При проведении юзабилити-тестирования понадобятся два исследователя, модератор и наблюдатель, а также пользователь – респондент. Модератор – человек, который отвечает за подготовку и проведение юзабилити-тестирования, он общается с пользователем, дает ему задания, и в результате составляет отчет о результатах проведения юзабилити-тестирования. Наблюдатель – человек, который фиксирует все происходящее, делает заметки, записывает время на прохождение задания, непредсказуемые шаги, которые сделал респондент, также наблюдатель помогает модератору составить отчет. Такое деление необходимо для того, чтобы модератор мог установить взаимопонимание с пользователем, мог свободно общаться и не отвлекаться на пометки, тогда как наблюдатель записывал ключевые моменты, проблемы, цитаты пользователя. Респондент – пользователь, принимающий участие в проведении тестирования, человек, который выполняет задания, чаще всего подбирается как представитель определенной целевой аудитории, который удовлетворяет определенным критериям (пол, возраст, страна проживания, степень знакомства с программным продуктом, профессия, его цели и потребности, фрустрации).

Для качественного и эффективного результата проведения юзабилити-тестирования важным шагом является подбор правильных респондентов – тех, которые подходят под описание целевой аудитории (либо под группу пользователей, либо под персону). Необходимо также учитывать опыт работы с программным продуктом, в зависимости от цели проведения это могут быть как новички,

так и опытные пользователи, либо люди, работающие с похожим программным продуктом конкурентов.

Для проведения одного раунда юзабилити-тестирования нужно всего 5-8 человек, можно пригласить больше, но и с помощью 5-8 пользователей обнаружите большинство ключевых проблем, так как цель юзабилити-тестирования состоит в том, чтобы понять проблемы юзабилити и определить удачные решения, реализованные в программном продукте, а не тестировать с тысячами пользователей количественную оценку преимуществ изменения цвета кнопки.[2]

Один из важнейших шагов, которые модератор делает во время подготовки к юзабилити-тестированию – это написание сценариев. Сценарии – это список реалистичных задач, которые вы просите пользователя выполнить. Сценарии представляют собой наиболее типичные пользовательские задачи. Очень важно, чтобы они были однозначно сформулированы, были достаточно краткими, но в то же время содержали всю необходимую информацию, также в сценариях должны отсутствовать подсказки в тексте, наводящие пользователя на последовательность выполнения задания.

Перед началом юзабилити-тестирования ключевым моментом является ввод респондента в курс дела – нужно рассказать ему, что сейчас будет происходить, пояснить, что вы тестируете с его помощью программный продукт, а не его способности, и что все возникающие в ходе юзабилити-тестирования проблемы – это проблемы программного продукта, а не респондента. Также стоит подчеркнуть, что не нужно спрашивать у вас, как решить то или иное задание, но нужно задавать вопросы, если какое-то из заданий для него непонятно. Во время проведения сессий юзабилити-тестирования часто ведется аудио- либо видеозапись, об этом также стоит предупредить респондента, дать ему подписать информированное согласие.

Один за другим модератор просит выполнить задания сценария и наблюдает, что пользователи сделали успешно и с чем боролись. Как модератор, вы не должны много говорить, за исключением того, что иногда вы будете пытаться глубже понять мотивы действий респондента или хотеть уточнить его ответы. Прежде всего, вы просите пользователя выполнить сценарии и говорить при этом вслух, поясняя, что он делает и почему. "Мысли вслух" (think aloud) – это техника, когда люди выражают словами то, что они делают, говорят, с чем у них возникают проблемы, что они видят первыми и т.д. Ключевым моментом вашей роли модератора является то, что вы избегаете инструктирования респондента о том, как функционирует программный продукт, и вместо этого в первую очередь наблюдаете за тем, что он делает, и выявляете причины, по которым он пытается выполнить определенные действия или думает так, как думает. [3]

Также модератор и наблюдатель должны обращать внимание на сомнения респондента, его комментарии, вопросы, язык тела, это может многое сказать о степени его удовлетворенности программным продуктом. После того как респондент выполнил все задачи, вы можете продолжить исследование в виде свободного разговора (интервью), где вы можете спросить его о вещах, которые ему понравились и не понравились, и попробовать глубже разобраться, почему. Если пользователь боролся с определенной задачей в течение продолжительного времени, то это возможность узнать больше о его трудностях и понять проблему.

По итогам проведения юзабилити-тестирования модератор вместе с наблюдателем анализируют полученные результаты и составляют отчет, ключевым содержанием которого является список найденных проблем, в котором описаны сами проблемы, указаны их критичность и представлены варианты и рекомендации для решения каждой из них.

Таким образом, юзабилити-тестирование как один из методов исследования с привлечением пользователей касается понимания опыта пользователей при взаимодействии с программным продуктом и определяет возможные пути для улучшения продукта.

Главное, что необходимо помнить при проведении юзабилити-тестирования – это итеративный процесс, его необходимо повторять через определенные промежутки времени, например, после внесения изменений в программный продукт. Недостаточно провести юзабилити-тестирование один раз с десятью пользователями и внести корректировки без дальнейшей оценки пользовательского опыта. Оптимальным решением будет провести первый раунд с пятью пользователями, исправить найденные в программном продукте проблемы, и после этого пригласить еще пять респондентов на второй раунд и провести с ними юзабилити-тестирование уже доработанного программного продукта для оценки его эффективности, продуктивности и удовлетворенности.

Список использованных источников:

1. Krug, S. Rocket Surgery Made Easy: The Do-It-Yourself Guide to Finding and Fixing Usability Problems / Steve Krug // New Riders; 1 edition. – 2009. – P. 13.
2. Medium.com [Electronic resource] : Medium.com. – Mode of access: <https://medium.com/dev-channel/getting-started-with-ux-research-f6ac3e5c26a0>. – Date of access: 24.03.2019.
3. Medium.com [Electronic resource] : Medium.com. – Mode of access: <https://medium.com/@togetherincred/pros-and-cons-of-our-top-4-user-testing-methods-55b22da83a0f>. – Date of access: 24.03.2019.