



УДК 001.8-042.3:004.5

МЕТОД ПЕРСОН В ДИЗАЙН-ПРОЄКТУВАННІ ВЕБСАЙТІВ І МОБІЛЬНИХ ЗАСТОСУНКІВ

БАЗИЛЮК Ельвіра

Хмельницький національний університет, Хмельницький, Україна
bazyliukel@khnmu.edu.ua

Досліджено актуальність застосування методу персон в дизайн-проектванні вебсайтів та мобільних застосунків. Порівняння результатів проєктної діяльності студентів при розробці дизайну сайтів та мобільних застосунків виявило, що застосування методу персон покращує розуміння розробниками потреб користувачів, дозволяє розширити функціонал вебсайтів та мобільних застосунків за рахунок виявлення актуальних проблем і запитів цільової аудиторії та сприяє створенню людиноцентрованого дизайну.

Ключові слова: метод персон, вебсайт, мобільний застосунок

ВСТУП

Сьогодні розробка вебсайтів і мобільних застосунків є досить затребуваним видом дизайн-діяльності. Такі навички студенти намагаються здобути як можна раніше і зазвичай зосереджують свою увагу на програмних інструментах. Разом з тим ігнорується проведення досліджень на різних етапах проєктування, розробники-аматори покладаються на власний досвід в прийнятті ряду рішень.

ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Для створення людиноцентрованого дизайну важливо уявляти потреби користувачів, їхні очікування, поведінку. Цьому сприяє застосування дизайн-дослідження методом персон [1, 2]. Оскільки в середовищі UX-дизайнерів думки щодо доцільності використання цього методу є різними [2], то актуально дослідити, чи дійсно метод персон сприяє кращому розумінню потреб користувачів.

РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТА ЇХ ОБГОВОРЕННЯ

Персона – це вигадані персонажі, кожен з яких уособлює певну частину цільової аудиторії продукту. Створені персонажі моделюють майбутню поведінку користувачів мобільного застосунку або вебсайту, відображають різні цілі, завдання і рівень майстерності. Кожна персона має свою власну модель поведінки. Орієнтація на особливості поведінки є основною відмінністю методу персон від методу визначення сегментів цільової аудиторії, яке більше орієнтоване на демографічні групи. Тобто персонажі повинні не просто відповідати деяким представникам цільової аудиторії, а відобразити різномірні групи користувачів, які по-різному використовують або сприймають продукт [1].



Персон створюють під час проведення польових досліджень, на основі історій реальних користувачів, що дозволяє уникнути типових шаблонів поведінки та допомагає визначити реальні цілі для дизайну. Після накопичення різних історій потенційних користувачів, подібні риси групують, в результаті чого формуються певні архетипи користувачів.

Для створення опису персон використовують різні джерела інформації: інтерв'ю з зацікавленими особами (які ініціюють розробку); інтерв'ю з представниками служб, які спілкуються з незадоволеними користувачами продукту або його аналогу, та реальними або потенційними користувачами; блоги та доступну інформацію з різних анкетувань; пошук вихідного профілю персон серед знайомих [2].

За результатами проведених досліджень необхідно визначити ті аспекти персон, які безпосередньо важливі для проекту. Опис персон може містити різну кількість інформації, але обов'язково включає: фотографію, ім'я, вік, місце проживання, рід занять та біографію. До базових елементів часто додають додаткові: інформацію про освіту, рівень доходів, життєве кредо, активність в інтернеті і соцмережах, хобі та повсякденну діяльність, точки взаємодії з замовником (брендом), навички володіння комп'ютерною технікою або іншими технічними пристроями (програмами), рівень соціальної активності, мобільність, мотивацію вибору продукту, цілі користувача. При формуванні опису важливо, щоб фотографія, яка використовується, відображала образ життя персон, враховувала національність та культурну приналежність і не була постановочною. Ім'я персон має узгоджуватися з фотографією, не співпадати з іменем жодного члена команди, яка працює над проектом, а також імена всіх персонажів не повинні бути подібними [2].

Спостереження, які проводились під час навчального процесу в рамках дисциплін «Методи дизайн-досліджень в творчих проектах і стартапах» та «UX/UI дизайн. Проектування інтерфейсів», виявили, що зазвичай студенти не проявляють ініціативу щодо використання методів дизайн-досліджень при виконанні проектних завдань. Зокрема, часто намагаються додати в мобільні застосунки лише ті функції, які відповідають безпосередньо їхнім потребам (як зацікавлених осіб та потенційних користувачів), разом з тим не помічаючи потреби і больові точки інших категорії користувачів застосунку.

Застосування методу персон в навчальному процесі показало, що це ефективний метод дизайн-дослідження, який сприяє кращому розумінню потреб користувачів, дозволяє розширити функціонал вебсайтів та мобільних застосунків за рахунок виявлення актуальних проблем і запитів цільової аудиторії. Наприклад, при проектуванні мобільного застосунку з розкладом для студентів спочатку розроблявся сценарій взаємодії лише для узагальненого користувача – студента. Проведення інтерв'ювання та колективного обговорення дозволило визначити три персон користувачів: студента-першокурсника, студента-старшокурсника та викладача (рис.1), що сприяло розширенню функціоналу застосунку з урахуванням персоналізованого підходу і забезпечуючи збереження принципів універсальності.



<p>МАКСИМ</p>  <p>Студент 4 курсу, 18 років, навчається в університеті з спеціальністю «Інженер з комп'ютерних графічних дизайну». Завдяки гуртові, до якого він належить, вивчає графічний дизайн, а також працює над розробкою вебсайтів.</p> <p>У нього є багато інтересів, зокрема він любить грати в настільні ігри, читати книги та подорожувати. Він також є активним учасником різних конкурсів та змагань.</p> <p>Цілі: Зробити вебсайт, який буде корисним і зручним для користувачів. Також він хоче розширити свої знання в області графічного дизайну та веб-розробки.</p>	<p>ОКСАНА</p>  <p>Студентка 4 курсу, 22 роки, навчається в університеті з спеціальності «Інженер з комп'ютерних графічних дизайну». Вона працює над розробкою вебсайтів та мобільних застосунків.</p> <p>Вона любить грати в настільні ігри, читати книги та подорожувати. Вона також є активним учасником різних конкурсів та змагань.</p> <p>Цілі: Зробити вебсайт, який буде корисним і зручним для користувачів. Також вона хоче розширити свої знання в області графічного дизайну та веб-розробки.</p>	<p>ЛЮДМИЛА</p>  <p>Студентка 4 курсу, 22 роки, навчається в університеті з спеціальності «Інженер з комп'ютерних графічних дизайну». Вона працює над розробкою вебсайтів та мобільних застосунків.</p> <p>Вона любить грати в настільні ігри, читати книги та подорожувати. Вона також є активним учасником різних конкурсів та змагань.</p> <p>Цілі: Зробити вебсайт, який буде корисним і зручним для користувачів. Також вона хоче розширити свої знання в області графічного дизайну та веб-розробки.</p>
---	--	---

Рис.1. Приклад характеристик персон, розроблених для проектування мобільного застосунку з розкладом пар в університеті

ВИСНОВКИ

Метод персон – це метод, який дозволяє змоделювати взаємодію цільової аудиторії з продуктом, досліджуючи поведінку різних груп користувачів і ставлення їх до продукту. Застосування методу персон на етапах проектування вебсайтів і мобільних застосунків сприяє формуванню концепції продукту, розширює функціонал, сприяє забезпеченню людиноцентрированого підходу.

ЛІТЕРАТУРА

- 1.Martin B., Hanington B. Universal Methods of Design: 100 Ways to Research Complex Problems, Develop Innovative Ideas, and Design Effective Solutions / B. Martin, B. Hanington. Rockport Publishers, 2012. 208 p.
- 2.Under R., Chandler C. A Project Guide to UX Design: For User Experience Designers in the Field or in the Making / R. Under, C. Chandler. New Press, 2023. 400 p.

**BAZYLIUK E.
 THE PERSONA METHOD IN DESIGNING WEBSITES AND MOBILE APPLICATIONS**

The relevance of applying the persona method in web design and mobile application development has been investigated. A comparison of the results of project activities of students in the design of websites and mobile applications has revealed that the application of the persona method improves developers' understanding of user needs, allows for expanding the functionality of websites and mobile applications by identifying current problems and requests of the target audience, and contributes to the creation of user-centered design.

Key words: persona method, website, mobile application