

СУЧАСНІ МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ UX

У світі сучасних технологій та цифрових інновацій питання користувацького досвіду (UX) стає все більш важливим для досягнення успіху в онлайн середовищі. Розуміння, як користувачі сприймають та взаємодіють з продуктами та сервісами, є вирішальним для розробників та дизайнерів. У цьому контексті широкий спектр дослідницьких методів UX надає незамінні інструменти для отримання цінних уявлень.

У галузі дослідження користувацького досвіду існує великий вибір методів дослідження, починаючи від перевірених часом, таких як лабораторні випробування користування, і закінчуючи новітніми, наприклад, немодерованими оцінками UX.

В багатьох випадках дизайнерські команди залишаються в рамках своєї зони комфорту, використовуючи лише кілька методів, які для них є найбільш знайомими. Проте стає ключовим питання: які саме методи обрати та у яких випадках? Для кращого розуміння, коли використовувати кожен метод, корисно аналізувати їх, використовуючи тривимірну рамку з такими осями:

1. Ставлення проти поведінки. Цю відмінність інакше можна визначити як різниця між «що люди говорять» та «що люди роблять». UX-спеціалісти, як правило, більшою мірою покладаються на поведінкові дослідження, тому що часто те, що люди повідомляють у дослідженнях ставлення, не збігається з тим, що вони насправді роблять у поведінкових дослідженнях.

2. Якісне проти кількісного. Якісні за своєю природою дослідження генерують дані про поведінку чи уявлення, базуючись на безпосередньому спостереженні чи почуттю, тоді як у кількісних дослідженнях дані збираються опосередковано, через вимірювання або інструмент, такий як опитування чи інструмент аналітики.

3. Контекст використання.

Діаграма нижче (рис. 1) ілюструє, де саме розташовані 20 популярних методів дослідження вздовж цих вимірів.

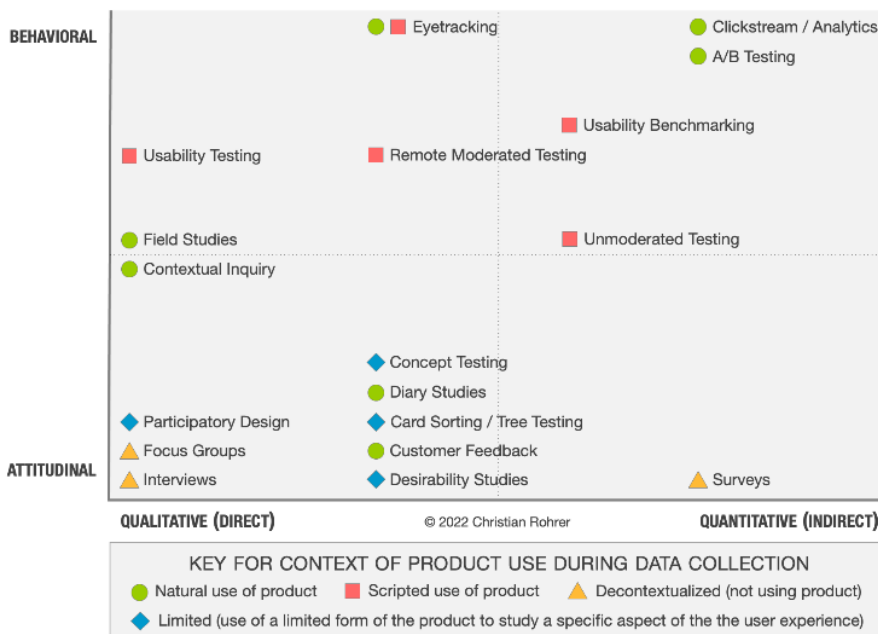


Рис. 1. Розташування методів дослідження UX

З них можна виділити такі найбільш корисні та актуальні методи:

1. Польові дослідження. Вивчення учасників у їхньому природному оточенні, де, ймовірно, вони найбільше взаємодіють з продуктом чи послугою в реальних умовах.
2. Участь у дизайні. Учасники отримують елементи дизайну або творчі матеріали для створення свого ідеального розташування, яке виражає їхні найважливіші цінності та причини.
3. Відстеження очей. Використовується пристрій для вимірювання того, куди дивляться учасники при взаємодії з веб-сайтами, додатками, фізичними продуктами або оточенням.

Список використаних джерел

1. When to Use Which User-Experience Research Methods. URL :<https://www.nngroup.com/articles/which-ux-research-methods/>.