

این مقاله بخشی از تجارب ۱۵ ساله متیو مگان، یکی از طراحان تجربه‌کاربری (UX Designer) را در این عرصه بازگو می‌کند.

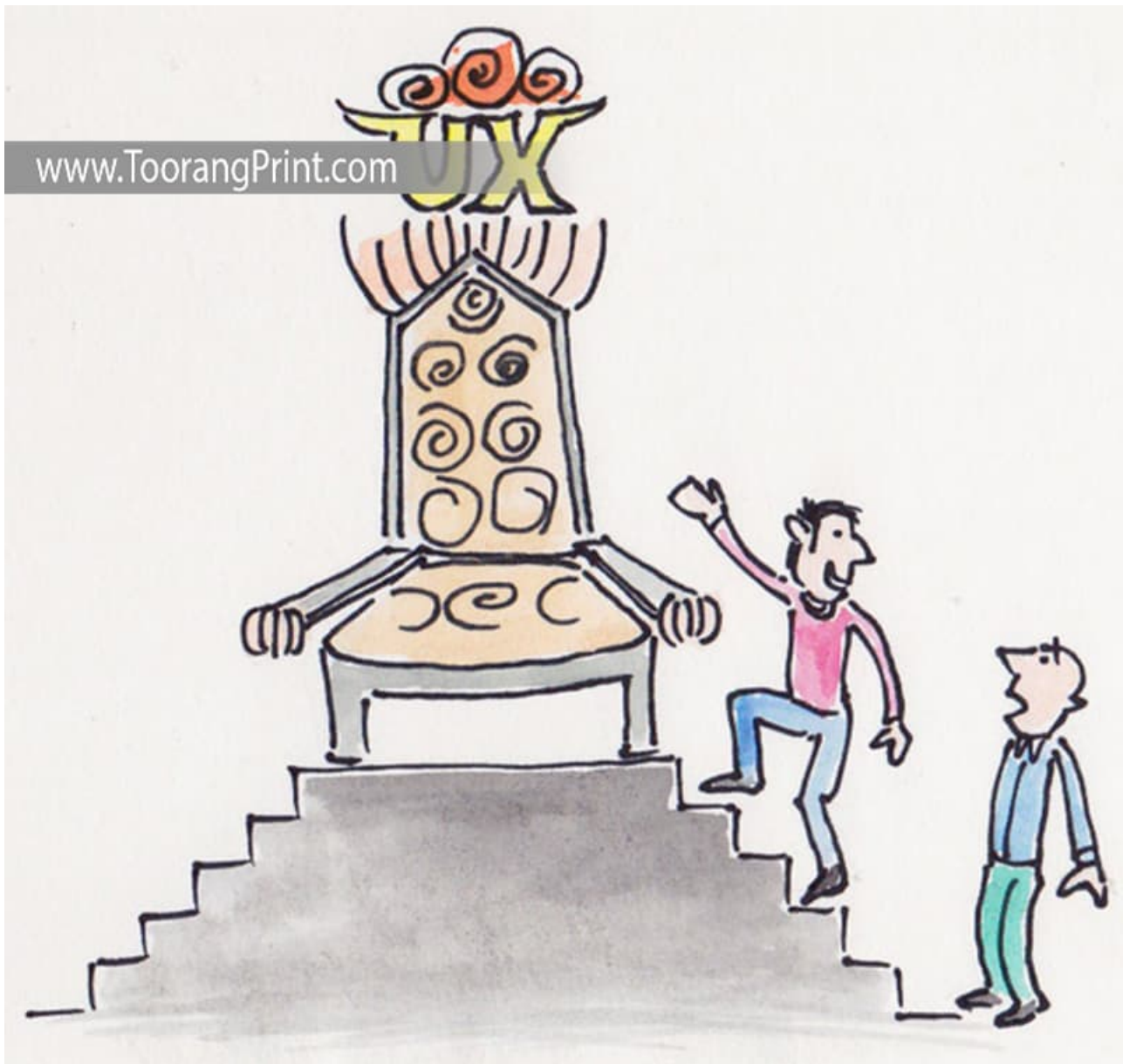
هنوز اولین باری که اصطلاح UX Designer

به گوشم خورد را به خاطر دارم، در ایمیلی که یکی از دوستان برایم ارسال کرده بود اصطلاحی وجود داشت که تا آن زمان نه به گوشم خورده بود و نه کاملاً آن را درک می‌کردم، بنابراین از او خواستم تا کمی بیشتر برایم از این واژه ناآشنا بگوید: پاسخ او اساساً به تغییر آنچه من تا به آن روز از طراحی وب‌سایت می‌دانستم و انجام می‌دادم انجامید، آن‌هم نه به خاطر آنچه او برای اولین بار مرا با آن آشنا کرده بود بلکه به خاطر قابلیت استفاده و نوع تحقیق متفاوتی که پیش روی من گذاشته بود. این گفتگو باعث شد تا من عمیقاً به این مقوله بپردازم و در روند کاری خود یک ارزیابی درست داشته باشم و به کارم شکل و جهت درستی بدهم.

درحالی‌که بسیاری از طراحان وقتی کلمه UX را می‌شنوند سریعاً پاسخ می‌دهند که او! من این کار را قبلاً هم انجام می‌دادم اما نمی‌دانستم که به این نام اطلاق می‌شود! و سعی دارند بگویند که من همیشه متفاوت بودم! اما من تا قبل از یادگیری این اصطلاح به پیروسی دیگری متکی بودم و با اینکه طراحی‌هایم نگاه زیبایی داشتند اما غالباً در آن‌ها هدف را گم می‌کردم.

خیلی بعد، زمانی که من تصمیم گرفتم این اصطلاح را به‌عنوان شغلم بپذیرم، احساس اعتمادبه‌نفس کردم و به‌طور قابل‌توجهی به‌عنوان یک طراح رشد کرده بودم و فرآیند کاریم را به نقطه‌ای که از من به آن عنوان یاد می‌شد، ارتقاء دادم.

این قدرت یک عبارت است. UX ممکن است یک کلمه کلیدی باشد، اما برای کسانی که از طراحی وب استفاده می‌کنند، لزوماً بد نیست. اصول، فلسفه و تکنیک‌هایی که طراحی UX از آن تشکیل می‌شود، به‌خوبی پایه‌گذاری شده است و خبر خوب این است: که هرکسی می‌تواند آن‌ها را یاد بگیرد.

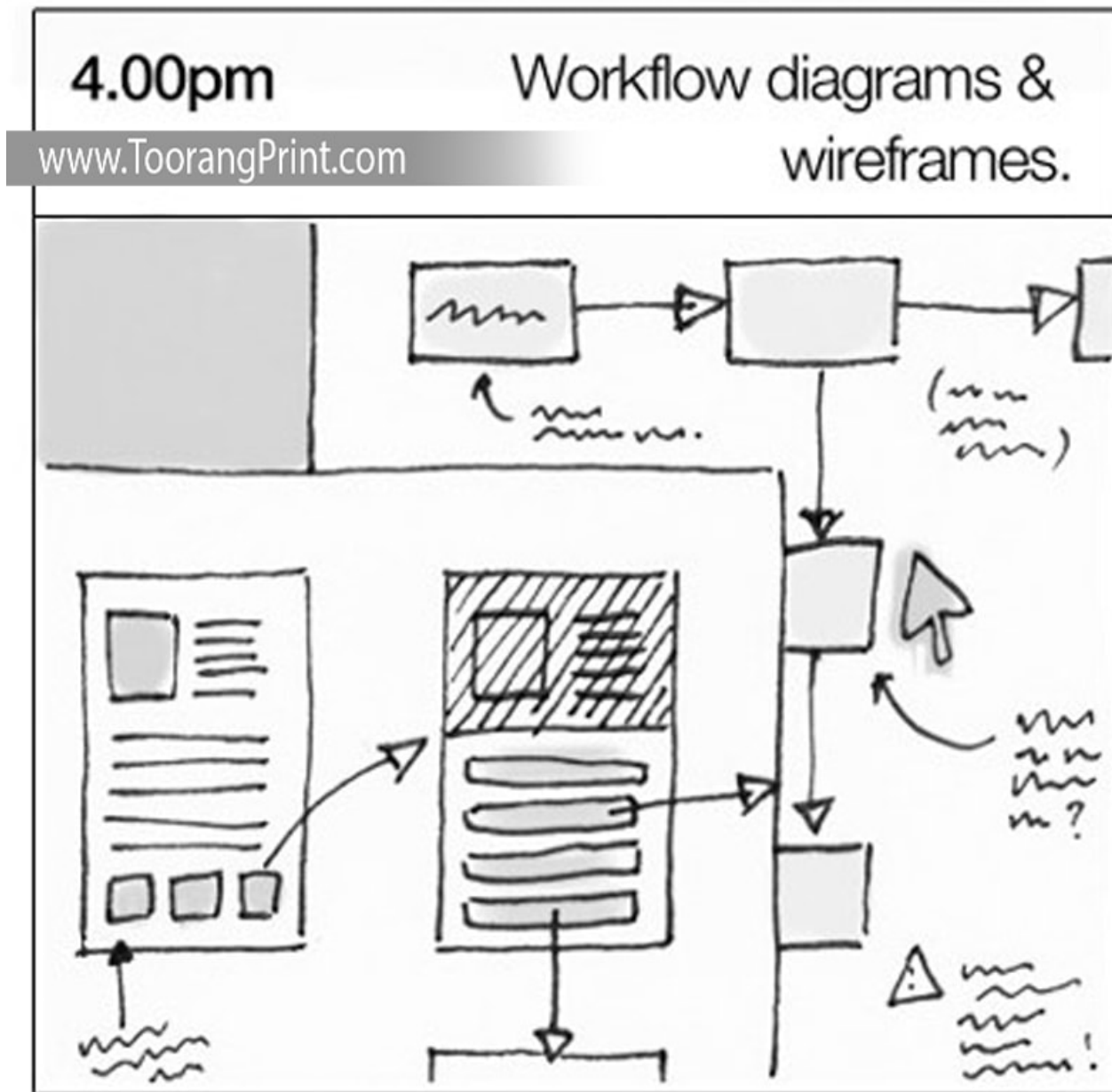


حال سؤال این است که یک طراح تجربه‌کاربری درواقع چه کاری انجام می‌دهد؟ خُب! از نظر من درواقع هیچ روز معمولی‌ای در زندگی ما وجود ندارد، پس جالب است بدانید حتی یک کیسه معمولی هم می‌تواند تکه‌ای از تکنیک‌هایی باشد که بسیاری از طراحان UX در مراحل مختلف یک پروژه تهیه می‌کنند.

من در مورد چند تکنیک در اینجا، با استفاده از یک پانل از یک کمیک کوتاه که در Everyday UX ظاهر می‌شود، یک کتاب شامل مصاحبه‌هایی با ۱۰ طراح برجسته UX تهیه کرده‌ام که در اینجا به چند مورد از آن می‌پردازیم:

فریم‌ها

- یک راهنمای حدسی و قابل‌تحسین برای طرح‌بندی یک وب‌سایت یا برنامه است که به‌طور عمده با **طراح UX** همراه است. درحالی‌که بسیاری از طراحان UX این نکته را خاطرنشان می‌شوند که بیشتر از ترندهای قالب استفاده می‌کنند و مطمئناً درست است که بسیاری از طراحان UX از wireframes شروع می‌کنند: ایجاد یک طرح اولیه سایت چیزی است که هرکسی می‌تواند انجام دهد و ابزارهای راحتی برای یادگیری هستند.



#### تست کاربر

نشستن کاربران در مقابل وب‌سایت یا برنامه‌ای که طراحی کرده‌اید و درخواست از آن‌ها برای انجام وظایفی که برای آن‌ها برنامه‌ریزی کرده‌اید، درحالی‌که آن‌ها اصطلاحاً بلندبلند فکر می‌کنند، فرضیه اساسی آزمون کاربر است.

تعداد شرکت‌کنندگان در آزمونی که درگیر آن هستید و اینکه چقدر شرکت‌کنندگان آزمون شما با کاربران واقعی مطابقت دارند؟ و چند بار این تست‌ها تکرار شده است؟ همه تصمیماتی هستند که به‌واسطه بودجه و محدودیت‌های زمانی شما شکل می‌گیرند.

تست کاربر به‌اندازه کافی ساده است و هر کس می‌تواند و باید یک‌بار آن را تجربه کند. بودن در جایگاه مشابهی که فرد دیگری هم مانند شما در حال تجربه کردن محصول تولیدی شما هست یک انگیزه قوی برای ایجاد همدلی با کاربران و رسیدن به یک ویژگی مشترک است.



#### شخصیت‌ها

شخصیت یک هویت خیالی است که نشان‌دهنده یکی از گروه‌های کاربری‌ای است که برای آن‌ها طراحی می‌کنید. افراد باید از طریق تحقیق مطلع شوند تا مفید باشند. ممکن است وسوسه‌انگیز باشد که راه‌های پرورش خلاقیتان را بیابید و جزئیات را اختراع کنید تا آن‌ها را باورنکردنی یا جالب بنمایانید. با این حال، هدف باید این باشد که شخصیت شما الگوهای ذکرشده را که در کاربران (کاربران آینده) شناسایی کرده‌اید، بازتاب می‌دهد. در واقع هیچ راهی برای شناسایی این الگوها وجود ندارد - آن‌ها از تحقیق بر روی خود کاربر حاصل می‌شوند: انجام مصاحبه، نظرسنجی، آزمایش کاربر، پرس‌وجو متنی و سایر فعالیت‌ها.

#### سناریوها و استناد نامه‌ها

یک سناریو یک روایت است که "یک روز از زندگی" یکی از شخصیت‌هایتان را توصیف می‌کند، از جمله اینکه چگونه وب‌سایت یا برنامه‌تان به زندگی شما بستگی دارد. اگر شما با نوشتن داستان‌های کاربر در یک محیط شاداب و مفرح آشنا هستید، سناریو نوشتن برای شما راحت‌تر خواهد بود، گرچه تمرکز اینجا در مورد استفاده منظم است، نه موارد حاشیه‌ای.

بسته به مخاطبین شما، یک صفحه گسترده ممکن است ابزار مناسب‌تری برای شناسایی نحوه، زمان، مکان و اینکه چرا کسی ممکن است از محصول شما استفاده کند باشد.

با الهام از صنعت فیلم‌سازی می‌توان گفت: یک داستان افسانه‌ای یک ترتیب بصری از وقایع مورد استفاده برای شناسایی تعاملات کاربر با یک محصول است؛ و این ممکن است یک طرح بسیار خشن باشد - صرفاً برای شکل دادن به ایده‌های خودتان یا یک داستان مصور با جلای بیشتر برای جذب مخاطبان بیشتر به‌طور مؤثر.

در نتیجه این فقط یک نمونه ساده از صدها تکنیکی است که طراحان UX در اختیار دارند تا اطمینان حاصل کنند که طرح مناسبی را انتخاب کرده‌اند و طراحی درستی را انجام داده‌اند. ترفند کاربردی آن‌ها یادگیری زمان استفاده از آن تکنیک است.

#### ماتیو مگان

ماتیو مگان (Matthew Magain) یک طراح UX باتجربه، با بیش از ۱۵ سال تجارب دیجیتالی استثنایی برای شرکت‌هایی مانند IBM، Post Australia و sitepoint.com است. او یکی از بنیان‌گذاران UX Mastery است و اخیراً با نام Everyday UX، یک مجموعه الهام‌بخش از مصاحبه با برخی از بهترین طراحان UX در جهان را منتشر کرده است.

