

ПРЕДИСЛОВИЕ



Дженис (Джинни) Редии занималась вопросами пользовательского опыта еще до того, как он стал так называться. Книги Джинни о юзабилити-тестировании (в соавторстве с Джо Дюма), анализе пользователей и их задач (в соавторстве с Джо-Энн Хакос) помогли десяткам практиков в их работе. Ее недавняя книга —

«Даем волю словам — пишем эффективные тексты» вышла в издательстве Morgan Kaufmann.*

Я давно пишу о том, как полезны истории и сценарии, насколько они эффективны. И я давно мечтала о книге, в которой были бы подробно рассмотрены истории пользовательского опыта. Она была бы очень полезной при сборе и создании историй.

И вот она перед вами. Эту книгу написали профессиональный рассказчик, интересующийся проектированием, и разработчик, любящий рассказывать истории.

Поскольку в историях используются персонажи, специалисты по пользовательскому опыту воспринимают целевую аудиторию как живых людей. В таких проектах опыт — главное, и истории как раз помогают о нем узнать.

По словам авторов, все мы слушаем и рассказываем истории — каждый день и в самых разных ситуациях. «Что сегодня было нового в школе?», «А что у тебя на работе?», «Как ты со всем этим справился? А что если?..»

Кевин и Уитни говорят: если вы исследуете опыт использования различных объектов, то непременно слушаете истории. И даже рассказываете их — если пишете сценарии для проекта или тестирования. Книга поможет вам повысить эффективность этой работы.

* Redish J. Letting Go of the Words — Writing Web Content that Works. Morgan Kaufmann, 1st ed., 2007.

Я поняла силу историй, когда несколько лет назад работала над проектом одной авиакомпании. Ее руководство хотело понять, что творится в турагентствах. За четыре месяца мы с коллегой исколесили все Штаты и общались с представителями различных турагентств. Мы наблюдали за тем, как турагенты принимают звонки, помогают клиентам. Мы слушали, что они рассказывают о своих клиентах.

Вечерами мы пересматривали заметки за день и обнаруживали множество похожих, уже знакомых историй. Иногда это были бытовые ситуации. Отец, пообещавший дочери поездку в Диснейленд, хочет взять напрокат красный кабриолет Mustang... Девушке, которая хотела встретиться на выходных со своим парнем, нужны самые дешевые билеты... Журналисту нужно срочно попасть в другую страну на место катастрофы... Семья планирует первую поездку во Францию...

Вторая проблема заключалась в самой работе турагентств. Им было крайне сложно удовлетворить все требования клиентов с помощью имеющегося программного обеспечения.

Мы предоставили клиенту факты. У нас были числа и схемы. И истории — множество историй. Их рассказывали люди. Именно благодаря историям были приняты новаторские решения.

Жаль, что этой книги у меня не было в тот момент (да и при работе над другими проектами). Из нее вы узнаете, как отбирать, создавать и использовать истории в проектировании пользовательского опыта.

Истории (а их много) и точные советы помогут вам стать:

- хорошим слушателем, который услышит, что рассказывают пользователи;
- хорошим наблюдателем, который сможет обеспечить необходимый контекст;

-
- этичным рассказчиком, знающим, как создать типичные сюжеты, даже если подробности собраны из разных источников;
 - разработчиком, который сможет внедрить инновации, используя истории, помогающие по-новому взглянуть на проблемы и пути их решения;
 - человеком, который сможет привлечь внимание своими интересными и выразительными историями.

Удачи!

Джинни Редии

www.redish.net