

“The Human Experience Conference” (Warszawa, 10–11 kwietnia 2014 r.)

W dniach 10–11 kwietnia 2014 r. w Warszawie odbyła się „The Human Experience Conference”. To już piąta edycja tej konferencji w Polsce. Organizatorem wydarzenia jest UX Poland. Ta dwudniowa anglojęzyczna konferencja zgromadziła 40 prelegentów oraz ponad 500 słuchaczy z całego świata. Idea, która łączyła przedstawione prezentacje, to poznanie i zrozumienie potrzeb użytkowników jako pierwszy krok do projektowania rozwiązań, serwisów i usług przy wykorzystaniu nowoczesnych technologii informatycznych i informacyjnych. Warto zauważyć, że prelegentami byli w większości doświadczeni projektanci, którym dzięki umiejętnemu podejściu i właściwemu zrozumieniu oczekiwań użytkowników udało odnieść się sukces przy projektowaniu aplikacji, serwisów czy usług. Wystąpienia zaprezentowane w czasie dwóch dni odbyły się w ramach czterech paneli: „People”, „Process”, „Product”, „Vision” – w każdym z nich odbywały się równoległe dwie sesje, co często stawało słuchaczy przed trudnym wyborem.

Konferencję otworzył Jeff Parks, projektant o światowym doświadczeniu, współwłaściciel Kina'ole Inc., wystąpieniem *Accountability In Design – Our History Will Be What We Make It*. Przedstawił on największe dla pracy projektanta wyzwania minionych dekad w kontekście szybkiego rozwoju technologicznego, omówił, jak wielki wpływ na życie codzienne mają wypracowywane rozwiązania, a co za tym idzie – jak duża odpowiedzialność powinna łączyć się z tym zawodem. Odwołując się do przykładów z przeszłości jak i do własnych doświadczeń, pokazał, jak istotna jest świadomość długoterminowych rezultatów takiej pracy.

Panel „People” obejmował prezentacje, które w różnych ujęciach ukazywały, jak fundamentalnym i nieodzownym elementem projektowania rozwiązań jest poznanie uwarunkowań kulturowych, aksjologicznych i środowiskowych przyszłych użytkowników, oraz jak różnorodne bywają te uwarunkowania. Panel ten otworzyła prezentacja *On The Politics of Experience*, której autorką była Kara Pecknold z firmy *frog*. W czasie wystąpienia przedstawiła, jak doświadczenia nie zawsze uwieńczone sukcesem – związane z projektowaniem w zupełnie odmiennym kulturowo środowisku Afryki, w społecznościach niezawansowanych technologicznie – dogłębnie wpłynęły na jej dalsze prace. W szczególności to doświadczenie pozwoliło jej zrozumieć znaczenie poznania codziennego życia, rzeczywistości osób, dla których się pracuje. Opowiedziała również w jaki sposób firma, którą reprezentuje, stara się przybliżyć nowoczesne rozwiązania IT w środowiskach, w których dostęp do nich jest zdecydowanie ograniczony oraz w jaki sposób udział w tego rodzaju projektach jest cennym doświadczeniem również dla organizatorów.

Dalsza część obrad toczyła się w dwóch sesjach. Dominik Paszkiewski i Jakub Dębski (Usertime) mówili o dostępności serwisów internetowych i dobrych praktykach, które powinny towarzyszyć ich projektowaniu od najwcześniejszych etapów. Michael Woermann, dyrektor zarządzający Facit Digital, mający wieloletnie doświadczenie w prowadzeniu badań potrzeb użytkowników na zlecenie takich firm jak: Samsung, Vodafone, BMW, opowiadał o badaniach związanych z mową gestów jako narzędziem komunikacji z urządzeniami. Zwracał uwagę na złożoność problemów pojawiających się przy projektowaniu tej wydawałoby się najbardziej naturalnej metody komunikacji, mających podłoże m.in. w różnych uwarunkowaniach kulturowych potencjalnych użytkowników. Andrew Zusman (niezależny doradca) mówił o problemach osób, które korzystając z komputerów, mogą posługiwać się jedynie jedną ręką. Wskazywał na wyzwania przed jakimi taka sytuacja stawia projektantów, muszą

uwzględnić potrzeby takich użytkowników. Carolin Thiem i Lukas Golyszny (Service Innovation Labs) przedstawili opracowane przez siebie metody pomiaru satysfakcji użytkowników. Badania dotyczące emocji użytkowników są niezwykle trudne, zarówno w sferze rejestrowania doświadczanych przez użytkowników odczuć, jak i na etapie prezentacji uzyskanych rezultatów. Thiem i Golyszny przedstawili rozwijaną metodologię CX Quant, która bazując na rozwiązaniach graficznych stanowi punkt wyjścia do rozwiązywania niektórych omawianych problemów.

Następny panel konferencji nosił tytuł „Process”. Projektowanie rozwiązań ICT musi uwzględniać: potrzeby użytkowników, cele, które mają zostać za ich pomocą osiągnięte oraz dostępne możliwości technologiczne, a celem tego panelu było pokazanie złożoności procesu, w ramach którego jest to osiąganego. Jako pierwszy głos zabrał Christian Hertlein, doświadczony projektant z IDEO Munich. Pracę projektanta porównał do zadań stojących przed dyrygentem, który musi sprawić, aby wiele różnych komponentów zaczęło tworzyć harmonijną całość. W swojej prezentacji odnosił się do posiadanych doświadczeń, wskazując szeroki zakres badań z zakresu zachowań użytkowników, które muszą towarzyszyć projektowaniu nowych rozwiązań. Wśród przykładów, które ilustrowały tę tezę, szczególnie barwny był opis projektu, w którym, jak się okazało, kluczowe znaczenie dla powodzenia wdrażanych usług miał ton głosu lektora używany na stronie, gdzie opisywane były dostępne usługi. Nikita Efimov i Yuri Vedenin (UXpresso) starali się aktywnie włączyć publiczność w swoje wystąpienie, prezentując techniki używane przez ekspertów z zakresu UX, w celu pobudzenia kreatywności zespołów, które mają za zadanie wypracować nowatorskie rozwiązania. Bartosz Sułkowski (DDB Warsaw) i Jakub Strutyński (McDonald's) opowiedzieli o swojej aplikacji na urządzenia mobilne, która w niezwykle krótkim czasie zdobyła dużą popularność wśród użytkowników, a wszystko to dzięki umiejętnemu zastosowaniu wiedzy z zakresu zachowań informacyjnych, nie tylko na etapie projektowania aplikacji, ale również planowania metod dotarcia do użytkowników z informacją o pojawieniu się takiej aplikacji. Dan Maccarone, specjalista z zakresu e-commerce (Charming Robot), mówił o wynikach badań dotyczących zachowań konsumenckich w zależności od rodzaju urządzeń mobilnych, jakimi badani się posługiwali. Ci sami użytkownicy podejmują inne działania w zależności np. od faktu czy posługują się smartfonem czy tabletem i projektując rozwiązania e-commerce należy uwzględniać te różnice. Ostatnią prezentacją tego dnia było wystąpienie założycieli firmy UseLab, Huberta Anyżewskiego i Wiesława Koteckiego, którzy zabrali słuchaczy w podróż po świecie greckiej mitologii. Używając barwnych metafor, pokazali jakie wyzwania stały przed nimi przy projektowaniu kompleksowych rozwiązań ICT, które uwzględniały zarówno potrzeby klientów, jak i wymagania rynku. Pierwszy dzień konferencji zakończyła kolacja, która była świetną okazją do kontynuowania dyskusji, które wywiązały się w czasie prezentacji.

Drugi dzień konferencji rozpoczął panel „Product”, a autorem pierwszego wystąpienia był Mateo Rando, który prowadzi badania potrzeb użytkowników serwisu Spotify. Mając doświadczenie w tego rodzaju działaniach, wcześniej prowadzonych dla serwisów Facebook oraz Netflix, tłumaczył, jakie są trudności w dostosowaniu serwisów do oczekiwań wielomilionowych, bardzo zróżnicowanych grup użytkowników oraz w prowadzeniu badań, które wskażą jakie zmiany należy wprowadzać. Yury Vetrov, jeden z głównych projektantów rozwiązań w ramach Mail.RU Group, opowiadał o stosowanej w jego firmie strategii przy tworzeniu produktów i aplikacji w różnych wersjach dostosowanych do wymagań rosyjskiego rynku odbiorców. Nat Weimann, antropolog kultury, członek Interaction Design Foundation, opowiedziała o projekcie, w którym brała udział w Peru. Pomimo faktu, że duża część mieszkańców Peru żyje w ubóstwie i ma ograniczony dostęp do ICT, jej zespołowi udało się zaprojektować rozwiązanie, które znacząco wpływa na poprawę jakości życia mieszkańców tego państwa. Badania, które je poprzedziły, obejmowały szereg działań mających na celu poznanie ich problemów życia codziennego – począwszy od wywiadów po obserwację uczestniczącą. Pozwoliło to na zaprojektowanie systemu, który ułatwił znajdowanie pracy oraz pracowników na terenie Peru. Agnieszka Szóstek (UXPlus) i Marcin Piotrowski (Play) opisali badania przeprowadzone na zlecenie Play Telecom. Mimo, że tematem było udoskonalenie przejrzystości faktur wysyłanych do klientów,

czyli przedmiot wydawałoby się niezbyt frapujący, udało im się przyciągnąć zainteresowanie respondentów i uzyskać wiele informacji dzięki zastosowaniu *metodologii generatywnej*.

Ostatni panel nosił tytuł „Vision” – wizja, która w przeciągu kilku sekund, które potencjalny użytkownik jest skłonny poświęcić nowym produktom bądź usługom, ma go przekonać, że są one odpowiednio właśnie dla niego. Autorem pierwszej prezentacji *Containerisation of the web* był Konstantin Weiss (Information Architects). Opowiadał on o wypracowanym przez siebie nowym podejściu w projektowaniu usług i serwisów, w którym kontekstem dla wszelkich działań jest organizacja treści ze względu na zadania stojące przed użytkownikami. Matt Lee z Booking.com mówił o tym, jak użyteczne dla poznania rzeczywistych potrzeb użytkowników jest prowadzenie badań poza laboratoriami, w warunkach w jakich w rzeczywistości korzystają oni z serwisów. Wizyty w domach klientów i tam prowadzona obserwacja pozwoliły zidentyfikować słabe i mocne strony serwisu. W czasie ostatniego wystąpienia, zamykającego konferencję, Andrea Resmini (Jönköping International Business School) opowiedział zebranym o roli, jaką architektura informacji pełni w dzisiejszym świecie, pełnym różnorodnych technologii i złożoności przekazów, które docierają do użytkowników.

To oczywiście tylko niektóre z zaprezentowanych wystąpień. Szczegółowy program konferencji można znaleźć na stronie <http://www.uxpoland.com>, wkrótce znajdą się tam również nagrania wszystkich wystąpień. Warto również zwrócić uwagę na dobrą organizację konferencji, która dawała okazję nie tylko do wysłuchania prelekcji, ale również sprzyjała nawiązaniu kontaktów i wymianie doświadczeń.

The Human Experience Conference nie była konferencją naukową. Niektórzy z prelegentów mogli szczycić się ukończeniem najlepszych światowych uczelni, atutem innych było bogate doświadczenie praktyczne. Wszyscy opowiadali o doświadczeniach, które są kluczowe w pracy z użytkownikami. Konferencja ta zdecydowanie zasługuje na uwagę również środowiska badaczy zajmujących się tematyką informacji naukowej, przede wszystkim ze względu na powszechnie ostatnio postulowane zbliżenie świata nauki i biznesu. Projektowanie rozwiązań będących przedmiotem zainteresowania biznesu wymaga prowadzenia badań z zakresu zachowań informacyjnych użytkowników, co było wielokrotnie podkreślane w czasie wystąpień i jest obszarem, w który mogą i powinni angażować się pracownicy akademicki.

Anna Mierzecka-Szczepańska

*Institut Informacji Naukowej i Studiów Bibliologicznych
Uniwersytet Warszawski*

Nadesłano: 12.05.2014.

„Organizacja wiedzy w XXI wieku: od historycznych wzorców ku przyszłości” XIII Konferencja Międzynarodowego Towarzystwa Organizacji Wiedzy (ISKO) (Kraków 19–22 maja 2014 r.)

W dniach 19–22 maja 2014 r. w Krakowie odbyła się trzynasta edycja konferencji Międzynarodowego Towarzystwa Organizacji Wiedzy (International Society for Knowledge Organization – ISKO). Organizatorem tegorocznego spotkania był polski oddział ISKO oraz Instytut Informacji Naukowej i Bibliotekoznawstwa Uniwersytetu Jagiellońskiego. Konferencja zbiegła się z 25-leciem działalności ISKO oraz została oficjalnie włączona w obchody 650-lecia Uniwersytetu Jagiellońskiego. Założeniem