

DOI 10.36074/grail-of-science.02.04.2021.148

СПЕЦИФІКА ДІЯЛЬНОСТІ ПРОДАКТ-ДИЗАЙНЕРА

Продан Ірина Володимирівна 

кандидат педагогічних наук, доцент кафедри дизайну
ДЗ «Луганський національний університет імені Тараса Шевченка»,
м. Старобільськ, УКРАЇНА

СЕКЦІЯ XXXI. КУЛЬТУРА ТА МИСТЕЦТВО

Екранно-рекламне середовище створює нову реальність, внаслідок якої змінюється сприйняття світу і засоби мислення, візуальне переважає над вербальним. Постійне оновлення інформаційно-комунікативного середовища у поєднанні з новітніми цифровими технологіями призвело до об'єднання програмних ІТ продуктів і цифрових приладів в одне понятійне поле – продакт-дизайн. Револьюційним кроком у межах дизайн-галузі провідна роль відводиться продакт-дизайнеру – спеціалісту з широким світоглядом і спектром знань різних зон відповідальності, якій володіє багатим інструментарієм.

Досі, однозначного визначення професії продакт-дизайнера не існує, але з впевненістю можемо сказати, що це фахівець широкого профілю, якій володіє глибокими навичками і розумінням основ вузькоспеціалізованих професій: UX-дизайнер, графічний дизайнер, дослідник, аналітик, маркетолог, бізнес-стратег.

Продакт-дизайнер постає і стратегом і інженером, рушійною силою веб-сервісу або програми, допомагає цифровому продукту прийти до вимірного успіху. Він повинен орієнтуватися в бізнес-середовищі і розуміти, що потрібно зробити зараз, щоб завтра отримати прибуток, тому знання основ підприємницької діяльності та процесу ведення бізнесу є провідним у діяльності продакт-дизайнера. Мета діяльності дизайнера полягає не скільки у проєктуванні графічних елементів, скільки у просуванні інтерфейсу з метою реалізації та втілення бізнес-ідей.

Продакт-дизайн орієнтований на планування, розвиток та створення як простих продуктів так і складних систем. Тенденція розробки дизайн-продукту концентрується на вимогах людей і на рішеннях, які роблять ці продукти безпечними, зручними та необхідними для життя.

Діяльність продакт-дизайнера полягає у створенні продукту, робота над яким починається з користувацьких досліджень, а саме визначення прагнень аудиторії. Продакт-дизайнери не роблять дослідження самостійно, але розуміння потреб користувачів – це фундаментальна основа успіху будь-якого продукту, будь-якого дизайн-рішення. Вивчення психології – це вірний шлях для того, аби краще розуміти людей, щоб відшліфувати себе як продакт-дизайнер.

Продакт-дизайнер виконує наступні функції [1]:

- формує концепцію продукту, визначає, як за допомогою дизайну

вирішувати проблеми бізнесу та досягати поставленої мети;

- враховує обмеження та вимоги ринку і технологій;
- ініціює дослідження і тестування;
- має цілісне уявлення про всю екосистему продукту та її специфіку;
- знає все про споживачів та його потреби;
- розуміє роль, функції і процеси всіх відділів (аналітиків, проєктувальників, дизайнерів, розробників).

Кінцева мета продакт-дизайнера – працюючий цифровий продукт.

В якій би сфері діяльності продакт-дизайнер не працював, він повинен дотримуватись єдиних принципів продуктивного мислення, вести продукт «від ідеї» до «втілення», щоб сподобатися споживачам, на яких розрахований.

Продакт-дизайнер це той, хто формує технічне завдання самостійно, приймає рішення і несе за них відповідальність, тому він повинен вміти самотужки навчатись досліджувати та бачити продукти комплексно, і розуміти значення кожного компонента для їх вирішення у загальному контексті.

Основою продакт-дизайну постає дизайн-мислення. Головна ідея якого полягає в тому, що розробка продукту – ітеративний (безкінечний) процес.

Методика дизайн-мислення складається з 5-ти етапів [2]:

- емпатія (опитування);
- кристалізація проблеми (визначення кута зору);
- брейнсторм (генерація ідей);
- тестування.

Всі перераховані етапи продакт-дизайнер постійно проходить, працюючи над створенням або просуванням рекламного продукту.

Підсумовуючи вищесказане, зазначимо, що продакт-дизайнер це фахівець, якій займається розробкою та удосконаленням засобів взаємодії інтернет-користувачів з ІТ-продуктом, створює його привабливий інтерфейс та зовнішній вигляд.

Продакт-дизайн – це нескінченна історія, бо кожний новий реліз відкриває простір для подальшого розвитку. Неможливо зробити продукт від А до Я та забути про нього. Світ постійно змінюється і потреби людей теж, для того щоб продукт залишався актуальним, його потрібно постійно оновлювати.

Розробка продукту – це постійний замкнутий круговий цикл, якій потребує безкінечної над ним роботи та підтримки.

Список використаних джерел:

- [1] Грін, В. Продуктовий дизайнер в Європі та Україні:відмінності в роботі : веб-сайт. Вилучено з <https://telegraf.design/produktoviy-dyzajner-v-yevropi-ta-ukrayini-vidminnosti-v-roboti/>
- [2] Грін, В. & Бухонок, О. Не стыдно спросить: чем занимается продакт-дизайнер : веб-сайт. Вилучено з <https://skvot.io/ru/blog/ne-stydno-sprosit-kto-takoi-prodakt-dizainer/>