

Создание цифрового продукта

Учим студентов видеть
пользователя



Почему мы отказываемся от стереотипов и идём к реальным людям?

1

Ограниченный опыт студентов

Жизненный опыт студентов — это их возраст, их среда, их привычки. Им кажется, что если сайт удобен им, то он будет удобен и пенсионеру, и школьнику, и бизнесмену, и многодетным родителям.

2

Опасность шаблонного мышления

Можно просто «придумать» социальные группы. Но тогда мы начинаем мыслить шаблонами: **«пенсионеры не разбираются в технике», «молодые мамы сидят только в детских паблицах»**. Эти стереотипы часто не соответствуют действительности.

3

Наш подход: живая эмпирика

Мы выходим из аудитории и идём на улицу. Мы **не придумываем** — мы спрашиваем. Не фантазируем — мы фиксируем. И только на основе этой живой эмпирики создаём ИИ-персоны.

Дисциплина «Цифровые решения» встроена в парадигму **«обучение служением»**. Студенты создают сайты и сервисы, которые решают реальные социальные задачи.

Если мы зашьём стереотипы в проектирование, то создадим бесполезный продукт. Поэтому исследование реальных пользователей — это не опция, а фундамент качественного цифрового продукта.

Теоретическое основание: мы опираемся на конструктивизм — знание конструируется через деятельность. Исследование реального пользователя становится той деятельностью, которая формирует профессиональное мышление студента.

Не фантазируем

Спрашиваем реальных людей

Не придумываем

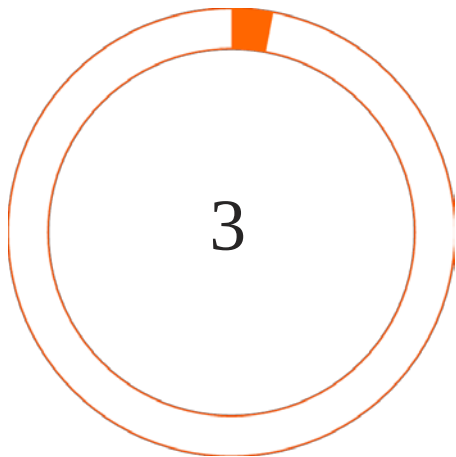
Фиксируем живые данные

Не угадываем

Создаём ИИ-персоны на основе фактов

Идея эксперимента: от опроса к цифровой версии пользователя

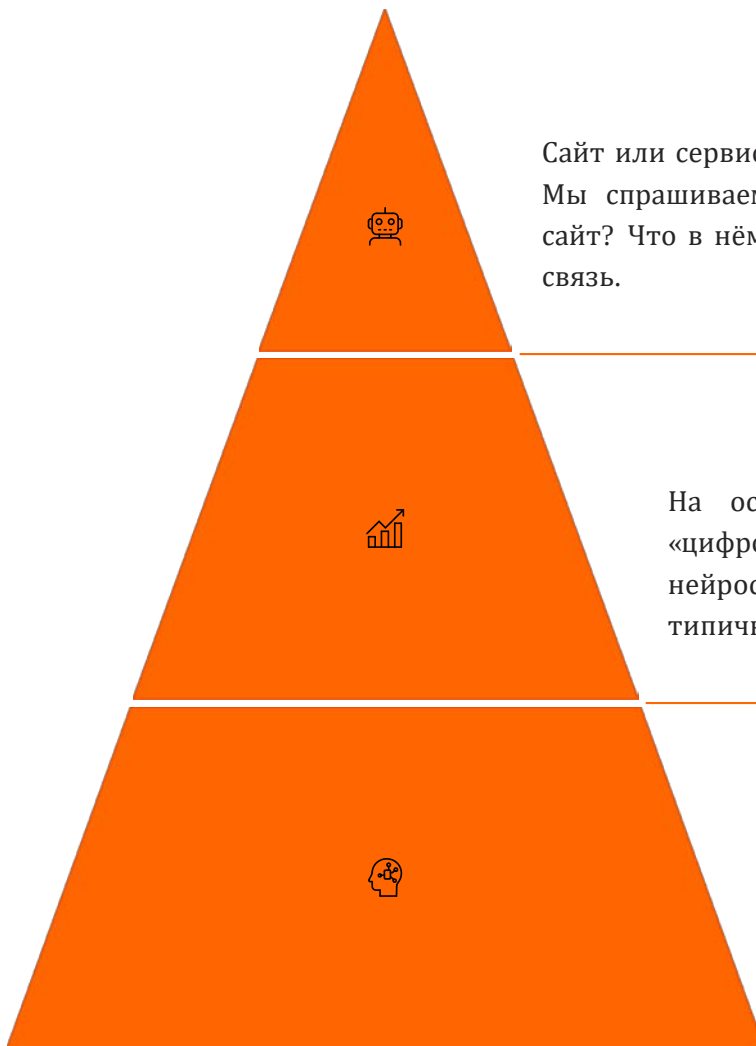
Ключевой навык, который мы формируем — умение корректно взаимодействовать с ИИ: не просто давать команды, а **обучать нейросеть**, используя эмпирические данные, чтобы получить валидный результат.



Этапа эксперимента

опрос → ИИ-персона → тестирование

Реальный респондент становится основой для генерации цифрового двойника, который валидирует продукт.



Шаг 3: Тестирование на ИИ-персонах

Сайт или сервис тестируется не на одноклассниках, а на AI-персонах. Мы спрашиваем у «цифрового двойника»: «поможет ли тебе этот сайт? Что в нём непонятно?» — и получаем обоснованную обратную связь.

Шаг 2: Создание ИИ-персона

На основе собранных данных студенты конструируют «цифровые портреты» респондентов. Они передают в нейросеть не просто демографию, а характер, образ мыслей, типичные трудности.

Шаг 1: Опрос потенциальных пользователей

Студенты проводят короткий, но ёмкий опрос прохожих. Они собирают не только социальный статус, но и реальные жизненные установки, потребности и «боли».

Пример анкеты для создания ИИ- персоны

Анкета собирает не только демографию — она раскрывает характер, образ мыслей и цифровые привычки реального человека, которые затем лягут в основу его цифрового двойника.

1

Блок 1. Социальный портрет

- Пол, возраст, род занятий (работает, учится, пенсионер)
- Семейное положение и наличие детей

2

Блок 2. Повседневные трудности и мотивы

- Какие три задачи отнимают больше всего времени и сил? (Поиск информации, запись к врачу, оплата счетов)
- Что вызывает наибольшее беспокойство? (Здоровье, финансы, одиночество, бюрократия)
- Какую проблему вы бы решили с помощью цифрового сервиса?

3

Блок 3. Цифровые привычки

- Какими сайтами или приложениями вы пользуетесь каждый день?
- Какие функции интерфейса для вас критически важны? (Крупный шрифт, мобильная версия, голосовой поиск, контрастный режим)
- Что в интерфейсах раздражает больше всего? (Маленький текст, сложная навигация, всплывающие окна)

Зачем такая глубина?

Анкета специально выходит за рамки стандартной демографии. Нас интересует **характер человека** и его реальные «боли» — именно это позволяет нейросети воспроизвести его образ мыслей, а не просто статистический профиль.

Вопросы о цифровых привычках и раздражителях интерфейса дают студентам прямые данные для **принятия проектных решений**: размер шрифта, структура навигации, наличие мобильной версии.

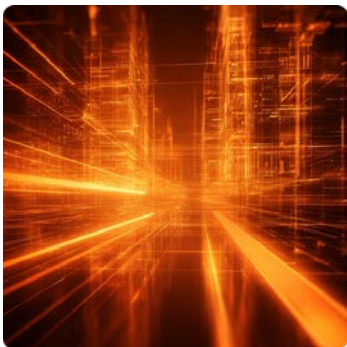
Это превращает анкету в **инструмент проектирования**, а не просто сбора данных.

От анкеты — к цифровой версии пользователя

Каждый блок анкеты решает свою задачу: социальный портрет даёт контекст, повседневные трудности раскрывают реальные потребности, а цифровые привычки определяют требования к интерфейсу. Вместе они формируют полноценную основу для ИИ- персоны — не выдуманной, а воссозданной из живых данных.

Логика эксперимента: гипотеза и две группы

Мы строим эксперимент вокруг исследовательского этапа и проверяем, действительно ли работа с ИИ-персонами даёт студентам преимущество при создании цифрового продукта.



Концептуализация

Опираемся на конструктивизм: знание рождается в деятельности. В нашем эксперименте деятельность — это исследование реального пользователя через опрос и создание AI-персон. Это расширяет эмпатию студента и выводит его за рамки собственного опыта.



Операционализация

Мы переводим гипотезу на язык конкретных шагов. Цепочка: **реальный респондент → AI-персона → валидация продукта**. Экспериментальная группа собирает данные, создаёт AI-персон и тестирует на них продукт. Контрольная группа проектирует без AI.



Гипотеза

Студенты, использующие AI-персоны, создают цифровой продукт **более высокого качества** и дают более обоснованные проектные решения, чем студенты контрольной группы, работающие на основе интуиции и собственного опыта.

Финальные продукты обеих групп сравниваются по единым критериям. Это позволяет объективно оценить, насколько эмпирический подход с ИИ-персонами влияет на качество проектирования — и сделать выводы, применимые к практике преподавания дисциплины.

Как мы оцениваем результат?

Два ключевых показателя позволяют сравнить работу экспериментальной и контрольной групп по единым, прозрачным критериям.

Показатель 1: Качество финального продукта

«Оценивается экспертами по критериям **полезности, юзабилити и социальной значимости**. Эксперты анализируют, насколько продукт реально решает задачу целевой аудитории, удобен ли он в использовании и какой социальный эффект производит.»

Показатель 2: Качество проектной аргументации

«Насколько студенты могут **обосновать свои решения**? Могут ли они объяснить, почему выбрали именно такую навигацию, шрифт, структуру? Ответы, опирающиеся на данные реальных респондентов, считаются более валидными.»

Совокупность этих двух показателей даёт целостную картину того, насколько метод ИИ-персон влияет не только на конечный продукт, но и на глубину профессионального мышления студентов.

Что получают студенты в итоге?

Эксперимент формирует у студентов устойчивые компетенции, которые выходят за рамки одной дисциплины — это навыки, востребованные в реальной проектной и исследовательской практике. Получившаяся цепочка навыков формирует исследовательское мышление: студент учится не угадывать потребности пользователя, а системно их выявлять и встраивать в проектирование.



Проблема, которую решает AI-персона: студенты не могут постоянно обращаться к реальным пользователям для проверки гипотез — это дорого, долго и часто невозможно. AI-персона становится доступной симуляцией, которая сохраняет эмпирическую базу и позволяет тестировать продукт в любое время. Это преодолевает барьер доступа к аудитории и развивает эмпатию через цифровое моделирование.

Ключевой навык эксперимента

Умение корректно взаимодействовать с ИИ: не просто давать команды, а **обучать нейросеть**, используя эмпирические данные, чтобы получить валидный результат.

Студент учится видеть разницу между «я думаю, им нужно» и «я спросил, и мне ответили» — это фундаментальный сдвиг в профессиональном мышлении.

Обучение служением получает конкретный инструментарий: реальные люди → цифровые двойники → полезный продукт для общества.

В терминах теории: ИИ выступает медиатором, расширяющим зону ближайшего развития студента, позволяя «примерить» чужой социальный опыт через цифровое моделирование.