

DOI: 10.24412/3034-4042-2025-2-103-106

Дата поступления рукописи в редакцию: 16.03.2025 г.

Дата принятия рукописи в печать: 30.03.2025

КАРАУЛОВА Ольга Александровна,

Студент МГУ имени М.В. Ломоносова,

e-mail: figuread.ing@gmail.com

ДОВЕРИЕ К ЦИФРОВЫМ СЕРВИСАМ: UX-ДИЗАЙН И СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ МЕХАНИЗМЫ ДОВЕРИЯ

Аннотация. UX-дизайн играет ключевую роль в формировании пользовательского опыта и доверия к цифровым сервисам. Качество интерфейса влияет не только на удобство использования, но и на конкурентоспособность продукта. Визуальная коммуникация способствует привлечению внимания, эмоциональному отклику и вовлеченности аудитории, а персонализация интерфейсов помогает укрепить связь с пользователем. Современные методы UX-исследований позволяют учитывать когнитивные и поведенческие модели пользователей, минимизировать их нагрузку и обеспечивать предсказуемые реакции системы. В условиях высокой конкуренции эти факторы становятся решающими при выборе продукта, а их глубокая проработка способствует повышению лояльности аудитории.

Ключевые слова: UX-дизайн, пользовательский опыт, юзабилити, визуальная коммуникация, цифровое доверие, персонализация интерфейса, UI, адаптивный дизайн, UX-исследования, визуальная достоверность, цифровизация, цифровая социология, UX-методы, дизайн продукта.

KARAULOVA Olga Alexandrovna,

student Lomonosov Moscow State University

TRUST IN DIGITAL SERVICES: UX DESIGN AND SOCIOLOGICAL MECHANISMS OF TRUST

Annotation. UX design plays a key role in shaping user experience and trust in digital services. The quality of the interface affects not only the usability, but also the competitiveness of the product. Visual communication helps attract attention, emotional response, and audience engagement, while interface personalization helps strengthen user connection. Modern methods of UX research allow us to take into account the cognitive and behavioral models of users, minimize their workload and ensure predictable system responses. In highly competitive conditions, these factors become crucial when choosing a product, and their in-depth study helps to attract an audience.

Key words: UX design, user experience, usability, visual communication, digital trust, interface personalization, UI, adaptive design, UX research, visual authenticity, digitalization, digital sociology, UX methods, product design.

В современном мире цифровые сервисы стали неотъемлемой частью повседневной жизни. Пользователи взаимодействуют с онлайн-банками, маркетплейсами, социальными сетями и государственными платформами, принимая решения на основе восприятия надежности и безопасности. Еще в конце 90-х М. Кастельс говорил о сетевом обществе, где получение, обработка и передача информации становятся основными источниками производительности, а

способность фирмы, региона да и вообще любого экономического субъекта выжить на рынке зависит от их способности генерировать, эффективно обрабатывать и использовать поступающую информацию. Наше восприятие реальности теперь напрямую зависит от того, как декодируют ее новые СМИ, например, Интернет, а от того создает новые формы культуры. Создается новый цифровой язык, который мы воспринимаем на самых уровнях нашей жизни [1, с. 130]. Он используется в личном

общении, в новостной повестке, в работе а также в повседневной жизни, в которой мы повсеместно используем различные сервисы.

UX (англ. «user experience» – пользовательский опыт) – это явление современной цифровой культуры, которое включает в себя знания и навыки, а также результаты поведения человека как пользователя цифровых ресурсов (продуктов, систем) [2, с. 6]. Ключевым понятием в сфере UX и UX-исследований является «юзабилити» (англ. «usability») — удобство использования цифрового продукта. Оценка этого удобства происходит через изучение дизайна, эмоций пользователей при взаимодействии с системой, их когнитивные и поведенческие модели, типичные сценарии использования, восприятие продукта и другие факторы. В область исследования входят и технические характеристики, такие как производительность, структура, доступность, скорость работы и их взаимосвязь с пользовательским поведением. Для их выявления используются как традиционные для социологии методы (фокус-группы, интервью, опросы, контент-анализ, этнография, карточная сортировка, экспертные опросы), так и условно новые (анализ big data, A/B- и клик-тесты, юзабилити-тесты и специальные эксперименты). Комплексность методологии объясняется мультипарадигмальным подходом сферы UX исследований. Здесь нужно понимать, что чем дальше она развивается, тем больше сложных видов смешивания и стандартизации методов и техник применяется.

Доверие играет ключевую роль в успешном функционировании сервисов, а UX напрямую влияет на его формирование. Проблематика формирования доверия к платформам и современным социальным конструктам современного мира заключается в ряде новых вызовов, которые связаны с особенностями современной эпохи: большой объем информации, наличие недостоверной информации и необходимость взаимодействия с новыми технологиями. Актуальной эта тема является и для сферы инновационного бизнеса, который вынужден сталкиваться с недоверием новому со стороны пользователей и, от этого, сложностью введений новых технологий и разработок.

Несмотря на сложную и многослойную природу потребительского доверия, значительная часть эмпирических исследований, представленных в международных и российских научных изданиях,

сосредоточена на изучении отдельных его аспектов. В частности, часто рассматривается предрасположенность к доверию, также известная как общее или обобщенное доверие. Здесь особенно стоит отметить новый тип доверия, возникший в нашем цифровизированном обществе как цифровой доверие [3, с. 168]. Понятие это сопряжено с ускорением темпов развития технологизации, глобальных кризисов, СМИ и его ведущей роли в информационных процессах: пропаганде, информационных войнах, социальном манипулировании и формировании устойчивых паттернов поведения целых обществ современного мира. Концепция цифрового доверия тесно связано и со сферами бизнеса и государственного регулирования, что в конечном счете приводит к трансформации потребительского доверия.

Исследование Мирового экономического форума показывает, что в современном мире, где цифровые технологии прочно вошли в повседневную жизнь и широко используются в экономических транзакциях, развитие цифрового доверия приобретает особую значимость (World Economic Forum, 2022). Опираясь на исследования клиентского опыта, который провел Иманов С.Л. директор, Paper Bloom LLC в сфере интернет-торговли, ключевым фактором является персонализация интерфейсов в цифровом взаимодействии, что укрепляет связь клиента с брендом, создавая для компании преимущество в конкурентной борьбе. Персонализация выражается в простоте и логичности навигации, формирующие когнитивное доверие [4, с. 143]. Пользователи должны понимать, как взаимодействовать с интерфейсом без лишних усилий. Это достигается за счет:

- Стабильной структуры страниц (она должна быть приятна глазу, и при том, быть адаптирована. Дизайн, ориентированный под различные устройства: десктопные, мобильные, а, в лучшем случае, и планшетные, обеспечивает одинаково удобный интерфейс, что делает взаимодействие непрерывным);
- Предсказуемых реакций системы на действия пользователя (для этого необходимо изучать сценарии его поведения при посещении сайта в зависимости от поставленной потребности, а так же внедрять «умные» рекомендательные

системы и персонализации предложений для повышения конверсии);

- Минимизации когнитивной нагрузки (короткий путь от потребности до ее удовлетворения что выражается в удобной навигации. Новаторской сегодня является концепция микровзаимодействий, которая формирует «мгновенную обратную связь» (immediate feedback) на действия пользователя).

И, конечно же, когда речь идет о доверии, нельзя не рассматривать доверие пользователя к платформе в самом прямом смысле, ведь это является первым шагом на пути к установлению коммуникации. Здесь требуется соблюдение этических стандартов при работе с информацией о клиенте, ведь клиенту важно чувствовать себя в безопасности [4, с. 144]. Ясное представление данных о сервисе, условиях использования и защите персональных данных снижает уровень неопределенности:

- Защищенность личных данных (использование многофакторной аутентификации, технологий биометрической идентификации, который обеспечивает высокий уровень защиты в процессе транзакций и повседневном взаимодействии);
- Обеспечение безопасности системы со стороны управления (внедрение систем управления рисками, мониторинг транзакций в режиме реального времени, соблюдение норм о защите данных, таких как GDPR);
- Понятные формулировки в политике конфиденциальности (ясное объяснение клиентам принципов безопасности, обработки данных и их назначения не только укрепляет доверие, но и уменьшает вероятность отказа от сервиса из-за опасений за конфиденциальность).

UX-дизайн влияет на восприятие цифровых сервисов через визуальные, интерактивные и структурные элементы. Качество дизайна определяет удобство его использования, а также конкурентоспособность на рынке: визуально привлекательный и функциональный интерфейс зачастую становится решающим фактором при выборе продукта, особенно в условиях высокой

конкуренции, когда на рынке представлено множество аналогичных решений. Дизайн играет ключевую роль в формировании имиджа продукта и его привлекательности для потенциальных пользователей, а эстетика и профессионализм интерфейса сигнализируют о надежности сервиса: так формируется визуальная достоверность, которое напрямую связано с доверием пользователя платформе, его желанием пользоваться ею.

Важно заметить, что дизайн интерфейса сильно зависит от конкретных временных трендов, однако усредненно-типовыми качествами являются: минималистичный и аккуратный UI (англ. «user interface» – пользовательский интерфейс), использование корпоративных цветов и логотипов, соответствие визуального стиля ожиданиям целевой аудитории. Через эти каналы визуальная коммуникация выполняет несколько функций:

- привлекает внимание;
- вызывает эмоциональный отклик;
- передает информацию;
- повышает вовлеченность за счет ассоциативного восприятия [5, с. 27]

И, конечно же, подавляющее количество исследований в области UX выделяют также социальный облик сервиса. То есть связь с другими сайтами в интернете через: отзывы и рейтинги других пользователей, поддержка известных брендов и сертификация, упоминание на других сайтах, в социальных сетях или новостных ресурсах [6, с. 65] В моменте выбора пользователь всегда видит несколько аналогичных сервисов, а потому стремится ориентироваться на мнение большинства при совершении окончательного выбора. Это гарантирует ему избегание неопределенности и неизвестности на основе этих самых социальных меток, которые сигнализируют о безопасности. Когда о вашей компании легко найти информацию в интернете, это говорит о том, что вы прозрачны и уверены в своих продуктах.

Таким образом, цифровое доверие к сервису напрямую зависит от визуальной коммуникации, которую определяет UX-дизайн сайта. Он сочетает в себе такие компоненты как: персонализация, безопасность и сохранность личных данных, качественный UI, а также социальный облик. Наличие и глубокая проработка этих составляющих позволяют повысить вовлеченность пользователей в платформу и комфортность пользования ею.

Список литературы:

- [1] Веселов, Ю. В. Доверие в цифровом обществе. Вестник Санкт-Петербургского университета. Социология. 202;13(2), 129–143. <https://doi.org/10.21638/spbu12.2020.202>
- [2] Выдрина А. С. Современные UX-исследования как эмпирическая база прикладной социологической теории культуры цифрового поведения. Цифровая социология/Digital Sociology. 2024;7(4):4-12. <https://doi.org/10.26425/2658-347X-2024-7-4-4-12>
- [3] Тункевичус, Э. О., & Ребязина, В. А. Многомерная модель формирования цифрового доверия пользователей цифровых сервисов: результаты эмпирического исследования. Вестник Московского университета. Серия 6. Экономика. 2023;58(4), 165– 200. <https://doi.org/10.55959/MSU0130-0105-6-58-4-8>.
- [4] Иманов, С. Л. Методы улучшения клиентского опыта в интернет-торговле / С. Л. Иманов // Инновации и инвестиции. – 2024. – № 12. – С. 142-145.
- [5] Халькин, Д. А. Дизайн интерфейса продукта как инструмент визуальных коммуникаций / Д. А. Халькин // МОЙ ВЫБОР - НАУКА: сборник статей II Международного научно-исследовательского конкурса, Петрозаводск, 24 апреля 2023 года. – Петрозаводск: Международный центр научного партнерства «Новая Наука» (ИП Ивановская И.И.), 2023. – С. 25-28.
- [6] Краснощеков, В. А. UX/UI-дизайн как вид графического дизайна: правила создания качественного веб-продукта / В. А. Краснощеков // Диалоги о культуре и искусстве : материалы X Всероссийской научно-практической конференции (с международным участием), Пермь, 15–17 октября 2020 года. Том 2. – Пермь: Пермский государственный институт культуры, 2020. – С. 61-65.

Spisok literatury:

- [1] Veselov, Yu. V. Doverie v tsifrovom obshchestve. Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta. Sotsiologiya. 202;13(2), 129–143. <https://doi.org/10.21638/spbu12.2020.202>
- [2] Vydrina A. S. Sovremennye UX-issledovaniia kak empiricheskaiia baza prikladnoi sotsiologicheskoi teorii kul'tury tsifrovogo povedeniia. Tsifrovaia sotsiologiya/Digital Sociology. 2024;7(4):4-12. <https://doi.org/10.26425/2658-347X-2024-7-4-4-12>
- [3] Tunkevichus, E. O., & Rebiazina, V. A. Mnogomernaia model' formirovaniia tsifrovogo doveriia pol'zovatelei tsifrovyykh servisov: rezul'taty empiricheskogo issledovaniia. Vestnik Moskovskogo universiteta. Serii 6. Ekonomika. 2023;58(4), 165– 200. <https://doi.org/10.55959/MSU0130-0105-6-58-4-8>.
- [4] Imanov, S. L. Metody uluchsheniia klientskogo opyta v internet-torgovle / S. L. Imanov // Innovatsii i investitsii. – 2024. – № 12. – S. 142-145.
- [5] Khal'kin, D. A. Dizain interfeisa produkta kak instrument vizual'nykh kommunikatsii / D. A. Khal'kin // MOI VYBOR - NAUKA: sbornik statei II Mezhdunarodnogo nauchno-issledovatel'skogo konkursa, Petrozavodsk, 24 apreliia 2023 goda. – Petrozavodsk: Mezhdunarodnyi tsentr nauchnogo partnerstva «Novaia Nauka» (IP Ivanovskaia I.I.), 2023. – S. 25-28.
- [6] Krasnoshchekov, V. A. UX/UI-dizain kak vid graficheskogo dizaina: pravila sozdaniia kachestvennogo veb-produkta / V. A. Krasnoshchekov // Dialogi o kul'ture i iskusstve : materialy X Vserossiiskoi nauchno-prakticheskoi konferentsii (s mezhdunarodnym uchastiem), Perm', 15–17 oktiabria 2020 goda. Tom 2. – Perm': Permskii gosudarstvennyi institut kul'tury, 2020. – S. 61-65.

