

**«ЗАКОНЫ UX-ДИЗАЙНА.
ПОНИМАНИЕ ПСИХОЛОГИИ ПОЛЬЗОВАТЕЛЯ –
КЛЮЧ К УСПЕХУ» ДЖОНА ЯБЛОНСКИ:
ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ**

**“LAWS OF UX DESIGN. UNDERSTANDING USER
PSYCHOLOGY IS THE KEY TO SUCCESS”
BY JON JABLONSKI: BASIC PROVISIONS**

Н. Г. Ковш

N. Kovsh

Белорусский государственный университет
Минск, Республика Беларусь
Belarusian State University
Minsk, Republic of Belarus
e-mail: kovsh@bsu.by

Статья представляет собой обзор книги «Законы UX-дизайна. Понимание психологии пользователя – ключ к успеху» Джона Яблонски.

Ключевые слова: UX-дизайн; пользовательский опыт; цифровой дизайн; дизайн-разработка; интерфейс; психология пользователя; психология восприятия; взаимодействие.

The article is a review of the book «Laws of UX Design. Understanding user psychology is the key to success» by Jon Jablonski.

Keywords: UX design; user experience; digital design; design development; interface; user psychology; psychology of perception; interaction.

Автор книги – Джон Яблонски (*Jon Jablonski*) является дизайнером, длительное время занимающим должность старшего продакт-дизайнера в General Motors. В процессе профессиональной деятельности ему (как и многим другим практикующим дизайнерам) приходилось сталкиваться с проблемой аргументации тех или иных дизайн-решений при разработке веб-ресурсов перед заказчиками. Обоснования в виде личных вкусов и предпочтений не являются убедительными, поэтому автор поставил перед собой задачу найти и собрать эмпирические доказательства из области когнитивной и поведенческой психологии, которые могли бы подтвердить ранее разработанные им и другими веб-дизайнерами дизайн-решения. Все собранные Яблон-

ски психологические принципы и концепции, на которые опирается «пользовательский опыт» (*User experiens/UX*) он разместил на своем веб-сайте <https://lawsofux.com/>. На сегодняшний день на этом сайте сформулировано и размещено двадцать законов психологии, которым подчиняется UX-дизайн. Автор презентует их, как наиболее полезные, при разработке продуктов для электронных носителей, чтобы сделать digital-проекты более «этичными и человечными».

Для книги «Законы UX-дизайна. Понимание психологии пользователя – ключ к успеху» Джон Яблонски отобрал десять из них. По мнению автора знание этих законов, опирающихся на психологию восприятия и пользования, поможет при создании интуитивно понятных и ориентированных на человека дизайн-разработок. «Вместо того, чтобы заставлять пользователей приспосабливаться к дизайну продукта или способу взаимодействия с ним, мы можем использовать некоторые ключевые принципы психологии в качестве руководства для создания дизайна таким образом, чтобы он сам был адаптирован для людей» [1, с. ix] – пишет он в своем предисловии, что является по мнению автора фундаментальной основой человеко-ориентированного дизайна.

Книга посвящена цифровому дизайну и адресована как профессиональным, так и начинающим дизайнерам, имеющим желание понять, каким образом на восприятие digital-продукта пользователем влияют те или иные психические процессы.

Формат книги является более удобным для восприятия информации по сравнению с существующим сайтом, так как весь материал собран в одном месте, четко структурирован и не возникает необходимости искать расширенную информацию, переходя по дополнительным ссылкам на дополнительные ресурсы.

Книга имеет предисловие, двенадцать глав и предметный указатель. Каждая глава представлена четкой структурой: название закона, формулировка закона, ключевые моменты, краткое описание, происхождение, примеры, выводы.

Для каждого закона Джон Яблонски выполнил изображение, иллюстрирующее его смысловое содержание. Эти изображения служат разделителями глав, имеют единый геометрический стиль, выглядят лаконично и достаточно выразительно.

Формулировки закона даны в краткой форме, «ключевые моменты» тезисно расширяют смысл формулировки, а «краткое описание»

уже более подробно раскрывает суть закона и каким образом он проявляется. В разделе «происхождение» автор объясняет название закона и его смысловую нагрузку, ссылаясь на исследования ученых и экспертов различных научных направлений. Это представители психологии: Пол Фиттс, Эдмунд Хик, Рэй Хайман, Джорж Миллер, психиатр Хедвиг фон Ресторфф, исследователи в области медицины: Дэниэл Канеман и Дональд Рэдельмайер, специалисты в сфере инженерных компьютерных технологий, программирования и юзабилити: Джон Постель, Уолтер Дж. Доэрти, Арвинд Дж. Тадани, Ларри Теллер, Якоб Нильсен, Масааки Куросу, Каори Кашимура.

Самым ценным, пожалуй, в книге являются наглядные примеры, поскольку они демонстрируют влияние того или иного закона на практике, для того, чтобы формулировка этого закона была трактована правильно и не воспринималась буквально, а также показывают верные и неудачные решения.

Каждая глава, посвященная тому или иному закону, завершается выводами, которые обобщают ее содержание и дают оценку относительно применения этих законов. Для более глубокого ознакомления с книгой, можно тезисно обозначить содержание этих глав и формулировки предложенных законов (Прил. 5).

1. *Закон Якоба* гласит, что пользователи предпочитают, чтобы новый для них веб-сайт работал так же, как и другие, к которым они привыкли в силу того, что длительное время ими пользуются. То есть, пользователи переносят уже сформированные ожидания с одного продукта на другой, поэтому необходимо использовать устоявшиеся модели мышления для того, чтобы пользователи решали свои задачи и не тратили время на изучение новых моделей. При проведении модернизации дизайна, также следует минимизировать нововведения, чтобы не нарушать основные правила пользования.

2. *Закон Фиттса* утверждает, что время, необходимое для достижения цели, зависит от расстояния до цели и ее размера. Это означает, что цели касания (активные элементы интерфейса) должны быть достаточно большими, иметь легкодоступное местоположение, расстояние между ними

3. *Закон Хика* говорит о том, что время, необходимое для принятия решения, увеличивается с ростом количества и сложности имеющихся вариантов. Следовательно, при проектировании необходимо минимизировать количество вариантов для выбора пользователем, разби-

вать сложные задачи на небольшие части и избегать перегруженности. Если пользователь думает о своей цели, а не о том, какие действия он должен предпринять, то вероятность ее достижения увеличивается.

4. *Закон Миллера* декларирует тот факт, что среднестатистический человек может хранить в своей рабочей памяти только $7 (\pm 2)$ элементов. Но ключевой момент не связан жестко с цифрой 7, закон говорит о необходимости разбивать контент на небольшие блоки, выстраивать между ними визуальную иерархию таким образом, чтобы пользователь мог легко воспринимать, понимать и запоминать необходимую ему информацию, а также мог быстро выбирать нужные ему действия.

5. *Закон Постеля* рекомендует дизайнерам быть консервативными в действиях, но либеральными к пользователю. Консервативность в данном контексте означает то, что разрабатываемая система либо интерфейс должны быть надежными и доступными. А либеральность к пользователю трактуется как гибкость восприятия вводимых пользователем данных и правильный отклик на его действия, обеспечение четкой двусторонней связи. Зачастую это становится задачей для внедренного программного искусственного интеллекта.

6. *Закон правила оценки на пике и в конце* говорит о том, что люди судят о своем опыте на основании того, что они чувствовали на пике и в конце. Значит, необходимо уделять пристальное внимание наиболее напряженным и заключительным моментам на пути следования пользователя, стараться организовать интерфейс таким образом, чтобы вызывать положительные эмоции на пике и при завершении пользования. Это будет способствовать формированию хорошего впечатления от пользования продуктом.

7. *Закон эффекта эстетики* в юзабилити утверждает, что пользователи воспринимают эстетически приятный дизайн как дизайн более удобный в использовании. В силу того, что эстетически приятный дизайн создает в мозгу людей положительный отклик, он вызывает к себе больше доверия и заставляет пользователей верить, что такой продукт лучше работает. Когда дизайн продукта или услуги эстетически приятен, то пользователи относятся терпимее к незначительным проблемам удобства использования. С другой стороны, визуально приятный дизайн может маскировать проблемы юзабилити и мешать их обнаружению и устранению при тестировании.

8. *Закон эффекта фон Ресторфф* определяет, что при наличии нескольких похожих объектов скорее всего запомнится тот, который

отличается от остальных. Поэтому значимые элементы должны быть выделены визуально для привлечения внимания пользователя, но при акцентировании многих объектов, они начинают конкурировать между собой и внимание рассеивается. Также не следует забывать о пользователях с дефицитом цветового зрения или со слабым зрением, поэтому не стоит полагаться только на цветовой контраст при таком выделении.

9. *Закон Теслера*, также именуемый законом сохранения сложности, констатирует, что у любой системы существует определенная степень сложности, которую нельзя уменьшить. Важной задачей для дизайнера является снижение уровня сложности при использовании той или иной системы, однако существует некий предел, когда сложность нельзя уменьшить, можно лишь постараться переместить из одного места в другое – снять с пользователя и перенести на разработчика-программиста. При этом всегда помнить, что нельзя упрощать интерфейс до степени потери смысла.

10. *Закон порога Дозрети* регламентирует темп взаимодействия пользователя и цифрового устройства равный менее 400 мс, именно такая скорость обеспечивает состояние, при котором ни одному из них не придется ждать другого. С точки зрения дизайнера это прежде всего касается анимации и индикаторов выполнения задачи (*progress bar*), как одного из способов визуализации процесса загрузки или обработки информации, происходящей в фоновом режиме, которая должна уменьшить у пользователей ощущение ожидания.

Таким образом, в десяти главах Джон Яблонски представляет способы использования принципов поведенческой и когнитивной психологии для создания цифровых продуктов и услуг. Автор считает, что эти знания могут стать для дизайнера серьезным инструментом, однако «очень важно учитывать то, каким образом проектируемые продукты или услуги могут пойти вразрез с целями и задачами использующих их людей» [1, с. 115]. Поэтому одиннадцатой главе он дал название «С властью приходит ответственность».

В этой главе на простом примере «ящика Скиннера»¹ автор объясняет формирование желаемого поведения на основе циклических

¹ «Ящик Скиннера» или «камера оперантного обусловливания» – лабораторный аппарат для изучения возможностей управления поведением крыс, названа в честь американского психолога и бихевиориста Берреса Фредерика Скиннера, который использовал его в своих опытах.

повторений стимула и реакции. Такое поведение можно наблюдать у игроков в казино, где «конструктивные особенности игровых автоматов способствуют введению в гипнотическое состояние «непрерывной продуктивности» [1, с. 117]. Относительно использования цифровых продуктов, Яблонски рассматривает некоторые наиболее распространенные методы технологического воздействия, используемые намеренно или непреднамеренно разработчиками и дизайнерами для формирования поведения людей.

Это такие методы как: переменное вознаграждение, бесконечные циклы, общественная поддержка, настройки по умолчанию, отсутствие сложностей, темные паттерны и др. Все эти методы служат для удержания пользователя на цифровом ресурсе как можно дольше, с целью склонить поделиться контентом или подтолкнуть к покупке. Джон Яблонски утверждает, что именно дизайнеры могут и должны противостоять технологиям, формирующим поведение пользователя в угоду бизнеса, включая в свои проекты необходимые ограничения. В процессе проектирования дизайнеры обязаны относиться осознанно и ответственно к используемым принципам психологии, никогда не забывая о том, каким образом эти принципы влияют на людей.

Из недостатков рассматриваемой книги, пожалуй, можно отметить то, что для ее издания и публикации был предоставлен авторизованный перевод с английского на русский язык компанией правообладателем O'Reilly Media Inc., видимо, поэтому чувствуется недостаток редактуры для лучшей адаптации текста русскоязычному читателю.

В целом, книгу Джона Яблонски «Законы UX-дизайна. Понимание психологии пользователя – ключ к успеху» можно рекомендовать студентам кафедры коммуникативного дизайна БГУ для ознакомления в рамках освоения дисциплины «дизайн-проектирование», когда они работают над темами, связанными с проектированием визуальных коммуникаций для систем интерфейса компьютерных программ и интернет-ресурсов.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. *Яблонски Дж.* Законы UX-дизайна. Понимание психологии пользователя – ключ к успеху : Пер. с англ. СПб. : БХВ-Петербург, 2022. – 160 с.