

Интеграция методов UX-исследований в классическую социологическую методологию как реакционная мера в условиях цифровизации

Научный руководитель – Кузьмина Елена Игоревна

Кизириди Александра

Студент (магистр)

Московский государственный институт международных отношений, Москва, Россия

E-mail: aleksandrakiziridi@gmail.com

Сегодня значительная часть человеческих взаимоотношений либо переместилась в виртуальную, цифровую плоскость, либо оказалась подвержена материальному влиянию технологического прогресса [1]. Одна из важных задач, которая стоит перед сегодняшней социологией, – это трансформация методов классической социологической методологии изучения человеческого поведения и факторов, влияющих на него, в методы, благодаря которым ученые могли бы изучать поведение людей в цифровом пространстве [3]. Французский социолог Д. Булье выдвинул тезис о зависимости теоретических представлений от методологии, тем самым, пересмотрев постулат о приоритете научного знания в отношении методов, применяемых для проверки гипотез, полученных исходя из теории. Иными словами, он выступил с позицией, которая допускает влияние технологических инноваций на развитие научного знания и методов его получения [7]. Обосновывая актуальность поднятой проблемы, представляется уместным упомянуть концепцию, выдвинутую в свое время французским социологом Б. Латуром, а именно – «пересборка социального» [4]. В контексте вызова трансформации общественной жизни, данная задача кажется особенно актуальной, так как в связи с глобальной диджитализацией и техническим прогрессом общество сегодня сталкивается с множественными вызовами, которые усложняют применение тех или иных методов социологической диагностики. В связи с чем сегодня социологам предстоит «пересобрать» социологический инструментарий, комбинируя традиционные методы исследований с инновационными методами.

Классические социологические методы не всегда позволяют глубоко изучить взаимодействие пользователей с цифровыми технологиями и интерфейсами. В частности, с помощью анкетирования и интервью достаточно сложно измерить субъективное восприятие технологий и различные аспекты цифрового поведения людей. В докладе выдвигается гипотеза, что решение этой задачи может быть связано с развитием сферы изучения пользовательского опыта (англ. User Experience, далее – UX), которая набирает популярность в последнее время.

В научной и профессиональной литературе понятие UX определяется как совокупность различной информации, впечатлений, эмоций, которую человек как пользователь цифрового продукта приобретает в результате взаимодействия с ним [2]. Стоит отметить, что к предметам изучения UX относятся как непосредственно онлайн-продукты (например, сайты, приложения, платежные экраны на кассах самообслуживания), так и элементы физического мира (например, роботы-доставщики, умные говорящие устройства, платежные кольца).

Зачастую изучение цифровой культуры подразумевает анализ восприятия цифровых продуктов пользователями на эмоциональном уровне, которое сложно измерять традиционными методами, так как пользовательские впечатления от интерфейсов зачастую зависят от мелких деталей дизайна, интуитивности и эргономики. При изучении взаимодействий с интерфейсами или роботами (например, голосовыми помощниками или роботами-курьерами) важное значение имеют эмоции, симпатия и доверие пользователей.

Более подходящим для измерения таких субъективных параметров является такой метод, как ЭЭГ или энцефалография, которая широко используется в UX-исследованиях для фиксации подсознательных мотиваций и невербального поведения [6]. Более того, методы классических исследований, такие как опросы или интервью, основаны преимущественно на вербальных сообщениях респондентов, тогда как взаимодействие с интерфейсом или объектами материального мира представляет собой сложный процесс, включающий бессознательные реакции, микродвижения глаз, скорость нажатия клавиш, время пребывания на странице, скорость выполнения функций. В таких случаях традиционные социологические исследования уступают место таким методам UX-исследований, как тепловые карты, вышеупомянутый ЭЭГ и айтрекинг [5]. И, наконец, одна из самых ценных с точки зрения гуманизма инноваций, которые привнесла сфера UX-исследований, – это расширение инклюзивности социологических исследований. Классические социологические методы зачастую не учитывают уязвимые группы, в то время как UX-исследования включают в себя целое ответвление методов изучения пользовательского опыта людей с ограниченными возможностями здоровья. Среди таких методов можно выделить айтрекинг, благодаря которому можно тестировать удобство продуктов для людей с ограниченными возможностями передвижения.

В заключение отметим, что современная социология находится под сильным влиянием научного развития, что вынуждает разрабатывать новый инструментарий методов исследований. По мере своего развития сфера UX-исследований может дополнить социологическую эпистемологическую базу целым пластом новых методов исследования цифровой культуры, привнеся новые возможности для социологов в изучении общественных отношений, трансформированных в условиях всеобщей цифровизации и научного развития.

Источники и литература

- 1) Бархатова Л.А. От изучения виртуального к цифровому: методологические возможности и ограничения подходов // Социологические исследования. 2023. № 1. С. 62-70. DOI 10.31857/S013216250020183-4
- 2) Выдрин 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) Дудина В.И. «Пересборка социологии»: цифровой поворот и поиски новой теоретической оптики // Социологические исследования. 2021. № 11. С. 3-11. DOI 10.31857/S013216250016829-4
- 4) Латур Б. Пересборка социального: введение в акторносетевую теорию. М.: НИУ ВШЭ, 2014. [Latour B. (2014) Reassembling the Social. An Introduction to Actor-Network-Theory. Moscow: NIU VShE. (In Russ.)]
- 5) Плетнева А. О. Янчус В.Э. Разработка методики тестирования мобильного приложения на основе технологии ай-трекинга // Программные системы и вычислительные методы. 2025. №1. DOI: 10.7256/2454-0714 2025.1.69889
- 6) Сеница С.А. Оценка качества взаимодействия пользователя с ИИ-интерфейсами: когнитивные нагрузки, UX-метрики и пользовательская лояльность. International Journal of Humanities and Natural Sciences. 2025. DOI:10.24412/2500-1000-2025-6-2-18-22.
- 7) Boullier D. (2016) Big Data Challenges for the Social Sciences: From Society and Opinion to Replications. arXiv.org. July 18. URL: <https://arxiv.org/abs/1607.05034> (accessed 27.02.26).