

Кризис в юзабилити-инженерии и отсутствие предпосылок к его преодолению

Иван Бурмистров

Лаборатория психологии труда МГУ



Юзабилити-инженерия выглядела как устоявшаяся дисциплина, предписывавшая обоснованное распределение ролей в жизненном цикле разработки ПО:

- исследование пользователей и их деятельности: **юзабилити-специалист**
- проектирование ПИ: **юзабилити-специалист**
- визуальное оформление ПИ: **графический дизайнер**
- кодирование: **программист**
- функциональное тестирование: **тестировщик**
- юзабилити-тестирование: **юзабилити-специалист**

В результате имеем ПО с высоким пользовательским качеством.

В последующие годы идиллия была разрушена в результате ряда нововведений, инициаторами которых выступили сами юзабилити-специалисты.

Всё началось с усиленного внимания к третьей компоненте юзабилити:

- **результативность:** степень, в которой пользователь достигает своих целей при использовании продукта
- **продуктивность:** временные и психические ресурсы, затрачиваемые пользователем при выполнении задач
- **удовлетворённость:** эмоциональная реакция при использовании продукта

Смена парадигмы: замена юзабилити на user experience (UX)

Поток исследований на тему «что красиво, то и юзабельно».

«Субъективно воспринимаемая юзабельность» (perceived usability) вместо объективно измеряемой юзабельности.

Юзабилити начинает восприниматься как уже пройденный этап, «фактор элементарной гигиены».

Дисциплина отныне именуется “UX”, и юзабилити-специалисты переименовываются в UX-дизайнеров, UX-архитекторов, UX-евангелистов и т. п.

Во главу угла становится визуальная эстетика ПИ.

Индустрия разработки ПО успешно сагитирована в пользу UX.

Однако, сформировав запрос бизнеса на эстетику и эмоцию в ПИ, бывшие юзабилити-специалисты оказались неспособны удовлетворить этот запрос своими силами.

Образовавшаяся ниша заполняется графическими дизайнерами, бодро переименовавшими себя в UX-дизайнеров.

На рынке труда образуются две группы специалистов с различным образовательным фундаментом и практическим опытом, но называющие себя одинаково.

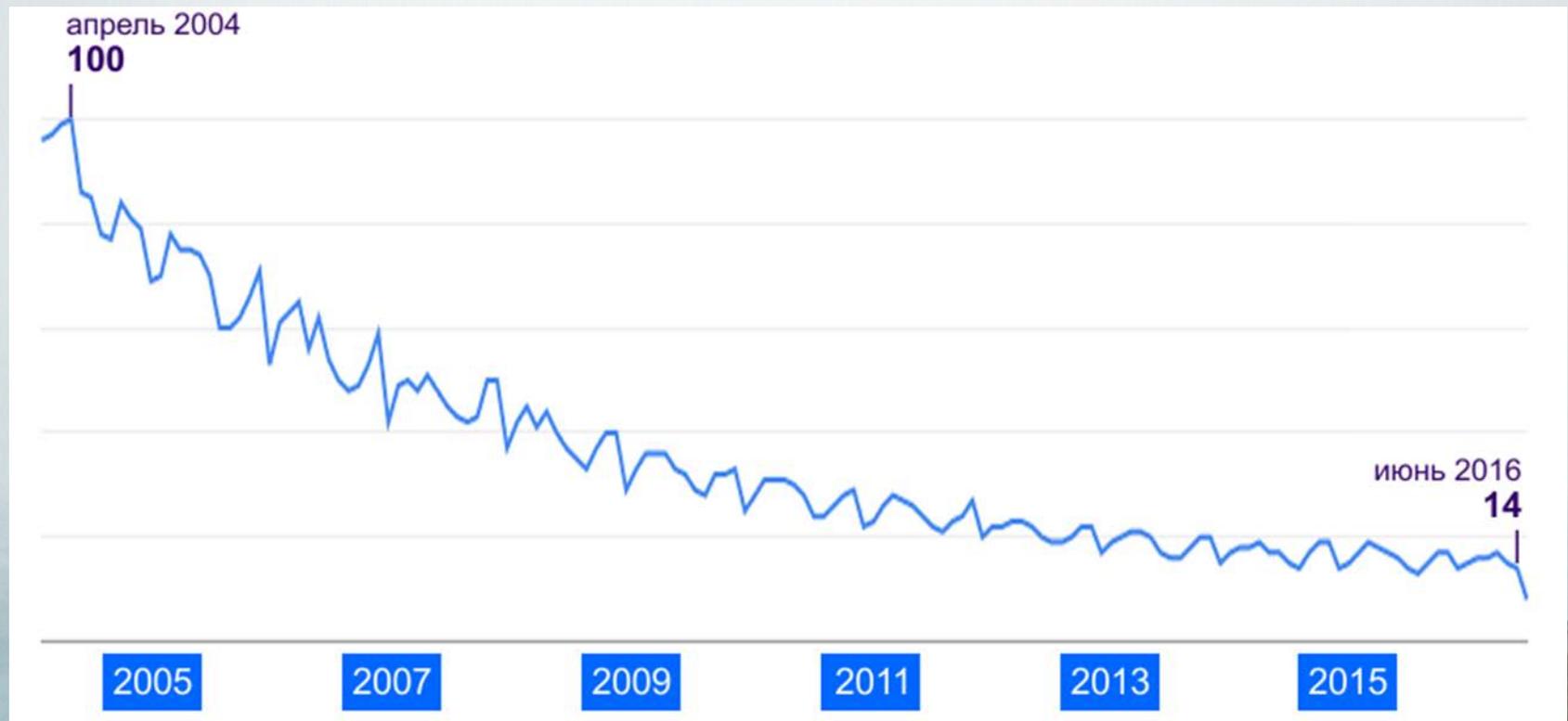
В ситуации выбора между специалистом, который умеет красиво говорить о ПИ, и специалистом, который умеет эти ПИ красиво нарисовать, бизнес уверенно выбирает второго.

Бывшие графдизайнеры приносят в UX присущий им стиль мышления и ориентацию на соответствующие авторитеты.

Главным фактором, определяющим внешний вид ПИ, становится мода.

Для подавляющего большинства представителей бизнеса UX-дизайн стал точным синонимом модного («крутого») графического дизайна.

Интерес к юзабилити и юзабилити-тестированию неуклонно снижается.



Динамика популярности запроса "usability" в Google (2004-2016; все страны)

Изменяется смысл понятия «юзабилити-тестирование»: теперь, это, как правило, юзабилити-аудит, зачастую выполняемый *тестировщиком* ПО (естественно, без привлечения реальных пользователей).

Проиграв графдизайнерам битву за проектирование ПИ, часть бывших юзабилити-специалистов сумела монетизировать имеющиеся у них знания о поведении человека во вновь появившихся областях, таких как оптимизация конверсии, нейродизайн, убедительный дизайн, RET-дизайн, каптология и т. д.

Суть в том, чтобы манипулировать поведением потребителя в интересах бизнеса. Фактически это разновидность маркетинга.

Возврат к состоянию на начало 90-х

Функция	1990	2000	Сегодня	Прогноз
исследование пользователей	н/в	юзабилити-специалист	н/в	н/в
проектирование интерфейса	программист	юзабилити-специалист	графдизайнер	программист
визуальное оформление	программист	графдизайнер	графдизайнер	программист
написание программного кода	программист	программист	программист	программист
функциональное тестирование	программист	тестировщик	тестировщик	тестировщик
юзабилити-тестирование	н/в	юзабилити-специалист	тестировщик	н/в

н/в – не востребовано

Что имеем в итоге?

Утеряны три территории: исследование пользователей (не востребовано), проектирование ПИ (теперь прерогатива графдизайнеров), юзабилити-тестирование (подменено непрофессиональным аудитом, выполняемым тестировщиками ПО).

Деформирована профессиональная этика: «дипломированные лакеи буржуазии» вместо «адвокатов пользователя».

Отсутствие явных предпосылок для исправления ситуации: «переобучить» бизнес «обратно» вряд ли реально: мы его уже один раз «переобучили».

Проигравшей стороной стал пользователь, поскольку качество всех цифровых продуктов глобально ухудшается.



Спасибо за внимание!

ivan@interux.com