

Тёмные паттерны

«Тёмные паттерны» – это вводящие в заблуждение методы проектирования, используемые в пользовательских интерфейсах, чтобы заставить людей совершать действия, которые они в противном случае не стали бы совершать.

Эти паттерны могут принимать различные формы, от вводящего в заблуждение текста до запутанного размещения кнопок, и они часто используются для манипулирования пользователями, чтобы заставить их отказаться от своей личной информации или совершить покупки, которые им не нужны.

Использование темных паттернов вызывает растущую озабоченность в технологической индустрии, и как потребители, так и регулирующие органы призывают к большей прозрачности и подотчетности.

Одним из распространенных примеров темного паттерна является техника «наживки и подмены» («bait and switch»). Это когда пользователя заставляют поверить, что он получает что-то одно, но затем ему предлагают нечто совершенно другое.

Например, пользователь может искать определенный товар или услугу в Интернете только для того, чтобы быть перенаправленным на страницу, предлагающую аналогичный, но более дорогой вариант. Пользователь может не осознавать, что им манипулируют, пока не станет слишком поздно.

Другим примером является техника «залезть в корзину» («sneak into basket»). Это когда веб-сайт или приложение добавляет товары в корзину покупок пользователя без его ведома или согласия. Затем с пользователя может взиматься плата за эти товары, даже если он никогда не намеревался их приобретать.

Этот метод основан на том факте, что многие люди не проверяют свои корзины перед совершением покупки, и предполагает, что они не заметят добавленные товары.

Темные паттерны также используются для манипулирования пользователями, чтобы заставить их отказаться от своей личной информации. Например, веб-сайт может использовать метод «принудительного действия» («forced action»), требуя от пользователей предоставления личной информации для получения доступа к определенной функции или сервису.

Пользователь может не осознавать, что он отказывается от своей информации, или может чувствовать давление, вынуждающее его сделать это, чтобы продолжить использование веб-сайта или приложения.

Использование темных паттернов стало настолько серьезной проблемой, что некоторые правительства начали принимать меры.

В 2019 году штат Калифорния принял закон, который требует от компаний раскрывать информацию о том, используют ли они темные паттерны в своих пользовательских интерфейсах. Закон также дает потребителям право отказаться от использования темных паттернов и потребовать удаления их личной информации.

Европейский союз также предпринял шаги по регулированию использования темных паттернов. Общий регламент ЕС по защите данных (GDPR) требует, чтобы компании получали явное согласие пользователей, прежде чем собирать их личную информацию.

Регламент также требует, чтобы компании предоставляли пользователям четкую и краткую информацию о том, как будут использоваться их данные.

Хотя эти правила являются шагом в правильном направлении, предстоит еще многое сделать для борьбы с использованием темных паттернов. Компании должны взять на себя ответственность за дизайн своих пользовательских интерфейсов и обеспечить, чтобы они были прозрачными и простыми для понимания.

Потребители также должны сыграть свою роль и должны проявлять бдительность при выявлении случаев использования темных паттернов и сообщать о них.

В заключение, темные паттерны вызывают растущую озабоченность в технологической индустрии и используются для манипулирования пользователями, заставляя их совершать действия, которые они в противном случае не стали бы совершать.

Эти методы обманного проектирования являются формой психологической манипуляции и могут иметь серьезные последствия как для отдельных людей, так и для общества в целом.

Хотя простого решения проблемы темных паттернов не существует, повышение прозрачности и подотчетности со стороны компаний, а также повышение осведомленности потребителей являются важнейшими шагами в борьбе с этими коварными практиками.

Комментарий АНО «ИРИ»:

ChatGPT упоминает принятый в 2019 году закон штата Калифорния, который обязывает компании раскрывать факты использования темных паттернов.

Наиболее близок к упомянутому Закон Калифорнии о праве на приватность (California Privacy Rights Act, CPRA)¹ 2020 года.

Однако, этот закон вводит запрет на использование темных паттернов при получении согласия потребителя, а не обязанность уведомлять о них.

Кроме того, не ясно, что подразумевается под отказом потребителя от темных паттернов, поскольку их применение осуществляется не потребителями, а онлайн-площадками.

¹ <https://www.caprivacy.org/cpra-text/>

В 2019 был в Сенате США был представлен проект Закона о сокращении практик, вводящих в заблуждение пользователей (Deceptive Experiences To Online Users Reduction Act, DETOUR Act) ², который помимо запрета манипулирования с помощью пользовательского интерфейса обязывал крупные онлайн-площадки раскрывать любые эксперименты, направленные на стимулирование вовлечённости пользователей. Однако, законопроект принят не был.

² <https://www.congress.gov/bill/117th-congress/senate-bill/3330/text>