



УДК 004.5
doi: 10.21685/2587-7704-2025-10-1-3



Open
Access

RESEARCH
ARTICLE

Кнопка, которая решает за вас: как интерфейсы манипулируют вашим выбором

Роман Александрович Каледа

Пензенский государственный университет, Россия, г. Пенза, ул. Красная, 40
kaledaroman@yandex.ru

Леонид Дмитриевич Зиновьев

Пензенский государственный университет, Россия, г. Пенза, ул. Красная, 40
x.1.x2@yandex.ru

Сергей Владимирович Шибанов

Пензенский государственный университет, Россия, г. Пенза, ул. Красная, 40
serega@pnzgu.ru

Аннотация. Рассматриваются «темные паттерны» в цифровых интерфейсах как скрытые механизмы, влияющие на пользовательские решения. Анализируются их основные виды, краткосрочная выгода для бизнеса и долгосрочные риски, связанные с потерей доверия и репутации. Особое внимание уделяется необходимости ужесточения законодательства, внедрения этических UX-стандартов и повышения цифровой грамотности пользователей, что позволит сформировать прозрачную и честную цифровую среду.

Ключевые слова: темные паттерны, UX-дизайн, цифровые интерфейсы, манипуляция пользователями, прозрачность, цифровая грамотность, репутационные риски

Для цитирования: Каледа Р. А., Зиновьев Л. Д., Шибанов С. В. Кнопка, которая решает за вас: как интерфейсы манипулируют вашим выбором // Инжиниринг и технологии. 2025. Т. 10 (1). С. 1–3. doi: 10.21685/2587-7704-2025-10-1-3

The button that decides for you: how interfaces manipulate your choices

Roman A. Kaleda

Penza State University, 40 Krasnaya Street, Penza, Russia
kaledaroman@yandex.ru

Leonid D. Zinoviev

Penza State University, 40 Krasnaya Street, Penza, Russia
x.1.x2@yandex.ru

Sergey V. Shibanov

Penza State University, 40 Krasnaya Street, Penza, Russia
serega@pnzgu.ru

Abstract. «Dark patterns» in digital interfaces function as hidden mechanisms that influence user decisions. Their main types are analyzed, along with the short-term benefits they provide to businesses and the long-term risks associated with loss of trust and reputational damage. Special attention is given to the necessity of stricter regulations, the adoption of ethical UX standards, and the enhancement of digital literacy, all of which contribute to a more transparent and fairer digital environment.

Keywords: dark patterns, UX design, digital interfaces, user manipulation, transparency, digital literacy, reputational risks

For citation: Kaleda R.A., Zinoviev L.D., Shibanov S.V. The button that decides for you: how interfaces manipulate your choices. *Inzhiniring i tekhnologii* = *Engineering and Technology*. 2025;10(1):1–3. (In Russ.). doi: 10.21685/2587-7704-2025-10-1-3



Цифровые интерфейсы прочно вошли в нашу повседневную жизнь: мы покупаем товары в интернет-магазинах, оформляем подписки на различные сервисы, смотрим видео на YouTube и общаемся в соцсетях. Однако в стремлении повысить прибыль или увеличить вовлечение некоторые компании используют так называемые «темные паттерны» – скрытые манипуляции в дизайне и логике интерфейсов [1]. Среди самых распространенных приемов – создание искусственного чувства срочности (Booking.com с уведомлениями «Остался 1 номер!» или «Этот отель только что забронировали»), усложнение процедуры отказа от подписок (Amazon Prime, Яндекс), маскировка рекламы под обычные рекомендации (YouTube) и автоматическое списание средств после пробных периодов без явного предупреждения (Apple Music). Еще одна частая тактика – принуждение к предоставлению личных данных (TikTok, LinkedIn) и доступ к контактам или микрофону без четкой необходимости.

Главная сила «темных паттернов» – в нашем доверии к привычным и, вроде бы, удобным интерфейсам. Ориентируясь на привычные элементы (яркая кнопка, всплывающее окно, сложная иерархия меню), пользователь рефлекторно выбирает нужное сервису действие, часто не осознавая, что его решение было направлено извне. В итоге люди могут терять деньги из-за внезапных списаний, столкнуться с нежелательным оформлением подписки или невольно передать сервису избыточные персональные данные.

Для бизнеса выгода от манипулятивного UX может показаться заманчивой: в краткосрочной перспективе растут продажи и конверсия. Однако репутационные риски и давление регуляторов быстро сводят эту выгоду на нет. Негативные отзывы, расследования и публичные скандалы отталкивают лояльных пользователей, которые переходят к прозрачным альтернативам. Восстановить утраченное доверие крайне сложно, поэтому долгосрочный успех невозможен без честных UX-практик, исключая «темные паттерны» из арсенала дизайнеров и маркетологов.

Манипулятивные интерфейсы продолжают работать в основном потому, что пользователи не осознают скрытые механизмы, влияющие на их решения, а законодательство пока не охватывает все подобные практики. Чтобы изменить ситуацию, необходимы три ключевых шага: ужесточение регулирования, внедрение стандартов этичного UX-дизайна и повышение цифровой грамотности.

В настоящее время законы в основном направлены на защиту персональных данных, но манипуляции с пользовательским опытом редко подпадают под жесткие ограничения. Поэтому необходимо ввести новые нормы, регулирующие не только обработку данных, но и сами принципы построения интерфейсов. Например, компании могут быть обязаны обеспечить максимально простой отказ от подписки – без сложных многоэтапных процедур отмены, скрытых кнопок или необходимости звонить в службу поддержки. Закон должен требовать, чтобы отмена происходила буквально в один клик или через доступный интерфейс, без психологических уловок и попыток отговорить пользователя. Необходимо запретить принудительное согласие: когда при настройке конфиденциальности единственным ярким вариантом является «Принять все», а опция отказа от сбора данных спрятана или оформлена менее привлекательно. Дополнительные меры могут включать запрет на ложные элементы срочности и искусственный дефицит, когда интернет-магазины или сайты бронирования сообщают о якобы последнем экземпляре товара или оставшемся одном месте, чтобы подстегнуть покупку. Наконец, важным пунктом становится прозрачность при пробных подписках: любые бесплатные периоды должны сопровождаться явным уведомлением перед первым списанием средств.

Некоторые страны уже предпринимают шаги к подобному регулированию. В США ряд штатов разрабатывает законодательство, которое запрещает усложненные процедуры отмены подписок, а в Европе рассматривают возможность ужесточения правил UX-дизайна в рамках GDPR [2]. При этом по-настоящему эффективным подход станет только в случае глобальных договоренностей.

Бизнесу важно осознать, что манипулятивные интерфейсы приносят лишь краткосрочные выгоды, но в долгосрочной перспективе подрывают доверие. Репутация компании в век цифровой прозрачности зачастую ценнее сиюминутной выгоды, поэтому все больше организаций задумывается о принципах честного UX-дизайна. Они включают простые и понятные интерфейсы, где отказ от услуги или изменение параметров подписки и конфиденциальности осуществляются в несколько кликов. Не менее значимо равноправие выбора: кнопки «Принять» и «Отказаться» должны быть оформлены одинаково, чтобы не оказывать на пользователя визуального давления в пользу принятия навязанных условий. Кроме того, условия подписок, платежных процедур и автоматических списаний должны быть четко прописаны и объяснены до оформления, а не скрываться в длинных пользовательских соглашениях.



Такие компании, как Apple и Mozilla, уже делают интерфейсы конфиденциальности более наглядными и предоставляют пользователям широкий набор инструментов контроля. Однако массовое внедрение этих стандартов возможно лишь при совместных усилиях бизнеса, регулирующих органов и самих пользователей.

Однако даже самые строгие законы не способны полностью исключить манипулятивные интерфейсы, если сами пользователи не понимают, как их могут вводить в заблуждение. Повышение цифровой грамотности – один из ключевых способов борьбы с «темными паттернами», ведь осведомленный человек реже поддается уловкам [3]. Для этого необходимо рассказывать людям, как выглядят типичные сценарии манипуляций: усложненные процедуры отказа от подписки, обманчивые кнопки, ложные уведомления о срочности, искусственное создание дефицита товара и другие скрытые приемы. Кроме того, важно обучать пользователей находить и правильно настраивать параметры конфиденциальности в браузерах, а также устанавливать расширения, защищающие от нежелательного сбора данных.

Наконец, общественное давление играет не меньшую роль: если большинство людей будет открыто осуждать нечестные UX-практики, бизнес станет охотнее переходить к прозрачным и понятным интерфейсам, чтобы избежать репутационных и финансовых потерь.

Когда пользователи научатся осознанно воспринимать предлагаемый им дизайн и поймут, как распознавать признаки манипуляции, компании станут адаптироваться к требованиям рынка и предпочтениям клиентов. В результате мы получим более здоровую цифровую среду, в которой интересы бизнеса и пользователей сбалансированы, а решения принимаются на основе прозрачной, честной и понятной информации.

Таким образом, решение проблемы манипулятивных интерфейсов требует сочетания трех ключевых подходов: законодательных ограничений, внедрения стандартов этичного UX-дизайна и повышения цифровой грамотности пользователей. Законы должны запрещать сложные процедуры отказа, ложные уведомления и скрытые подписки, бизнес должен осознать выгоду прозрачности, а пользователи – научиться защищать себя от скрытого воздействия. Только объединение этих мер способно создать цифровую среду, в которой интерфейсы служат интересам людей, а не манипулируют их решениями.

Список литературы

1. Бриналл Х. Обманчивый дизайн (ранее Dark Patterns). 2019. URL: <https://www.deceptive.design/> (дата обращения: 18.02.2025).
2. Регламент (ЕС) 2016/679 Европейского парламента и Совета от 27 апреля 2016 г. (GDPR) // Официальный журнал Европейского союза. 2016. URL: <https://gdpr-info.eu/> (дата обращения: 17.02.2025).
3. Круг С. Не заставляйте меня думать. Веб-юзабилити и здравый смысл. М. : Манн, Иванов и Фербер, 2020. 224 с.

References

1. Brinall H. *Obmanchivyy dizajn (ranee Dark Patterns) = Deceptive design (formerly Dark Patterns)*. 2019. (In Russ.). Available at: <https://www.deceptive.design/> (accessed 18.02.2025).
2. Regulation (EU) 2016/679 of the European Parliament and of the Council of 27 April 2016 (GDPR). *Ofitsialnyy zhurnal Evropejskogo sojuza = The Official Journal of the European Union*. 2016. (In Russ.). Available at: <https://gdpr-info.eu/> (accessed 17.02.2025).
3. Krug S. *Ne zastavljajte menja dumat. Veb-juzabiliti i zdravyy smysl = Don't make me think. Web usability and common sense*. Moscow: Mann, Ivanov i Ferber, 2020:224. (In Russ.)

Поступила в редакцию / Received 21.03.2025

Принята к публикации / Accepted 11.04.2025