



Дата поступления рукописи в редакцию: 11.09.2025 г.

DOI: 10.24412/2076-1503-2025-9-154-158

Дата принятия рукописи в печать: 10.10.2025 г.

**ЧИРКОВ Александр Дмитриевич,**

аспирант,

кафедры гражданского и корпоративного права

ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный

экономический университет» (СПбГЭУ),

e-mail: [aleks.chirkovv@gmail.ru](mailto:aleks.chirkovv@gmail.ru)

## ВЛИЯНИЕ ДИЗАЙНА ИНТЕРФЕЙСА НА ВОЛЕИЗЪЯВЛЕНИЕ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ

**Аннотация.** В статье рассматривается влияние UX- и UI-дизайна на формирование волеизъявления пользователей при заключении договоров в Интернете. Особое внимание уделяется феномену *dark patterns* — манипулятивных приёмов в дизайне интерфейсов, которые побуждают пользователей к совершению действий, не соответствующих их действительной воле. В работе анализируются психологические механизмы принятия решений, включая модель двойственного процесса мышления Д. Канемана, а также рассматриваются примеры применения *dark patterns* в сфере цифровых услуг. На основе зарубежной практики изучены меры государственного регулирования: американское правило *Click-to-Cancel* и немецкий *Kündigungsbutton*, направленные на упрощение отказа от онлайн-подписок и защиту потребителей от недобросовестных практик. В российском праве пока отсутствуют специальные нормы в данной сфере, однако применимы общие положения Гражданского кодекса РФ об ошибках и обмане при заключении сделок. Актуальность исследования обусловлена стремительным ростом числа онлайн-транзакций, что приводит к появлению новых рисков для потребителей, связанных с манипуляциями и нетранспарентными условиями сделок. Цель исследования заключается в выявлении рисков, связанных с использованием манипулятивных интерфейсов, и оценке существующих правовых инструментов противодействия им. В ходе исследования использованы общенаучные методы (анализ, синтез, дедукция, индукция), а также частно-научные подходы, включая сравнительно-правовой и доктринальный анализ. Полученные результаты могут служить основой для совершенствования регулирования цифровых договоров и формирования рекомендаций по защите прав потребителей в условиях цифровой экономики.

**Ключевые слова:** гражданское право, защита прав потребителей, темные паттерны, *Kündigungsbutton*, *Click-to-Cancel rule*, UX-дизайн.

**CHIRKOV Aleksandr Dmitrievich,**

postgraduate student,

Department of Civil and Corporate Law

FSBEI HE "Saint-Petersburg State University of Economics" (UNECON)

## THE IMPACT OF INTERFACE DESIGN ON USERS' WILL EXPRESSION

**Annotation.** The article examines the impact of UX and UI design on the formation of users' will expression when entering into online contracts. Special attention is paid to the phenomenon of *dark patterns* — manipulative design techniques that push users toward actions that do not reflect their true intentions. The study analyzes psychological mechanisms of decision-making, including D. Kahneman's dual-process theory of thinking, and provides examples of dark patterns applied in the field of digital services. Based on foreign practice, the article explores regulatory measures such as the U.S. *Click-to-Cancel* rule and the German *Kündigungsbutton*, which are aimed at simplifying the process of canceling online subscriptions and protecting consumers from unfair practices. In Russian

*law, there are currently no specific provisions regulating this area; however, general rules of the Russian Civil Code regarding mistake and fraud in contract formation may apply. The relevance of the study is driven by the rapid growth of online transactions, which has led to new risks for consumers related to manipulative design and non-transparent contractual terms. The purpose of the study is to identify the risks associated with the use of manipulative interfaces and to evaluate existing legal tools for counteracting them. The research methodology combines general scientific methods (analysis, synthesis, deduction, induction) and specific legal approaches, including comparative legal and doctrinal analysis. The results of the study can serve as a basis for improving the regulation of digital contracts and developing recommendations for consumer protection in the context of the digital economy.*

**Key words:** *civil law, consumer protection, dark patterns, Kündigungsbutton, Click-to-Cancel rule, UX design.*

Развитие цифровой экономики затронуло не только изменение текста условий договоров, но и способы их визуального и технического представления. Во многом UX- и UI-дизайн стали инструментами, формирующими восприятие существенных условий договора. От расположения кнопок, выбора цвета, подобранных формулировок и последовательности шагов может зависеть, осознаёт ли пользователь юридические последствия своих действий.

В одном эксперименте участникам предлагалось принять или отклонить подписку на программу защиты данных. Некоторой группе был показан «хитрый вопрос», сформулированный таким образом, что его смысл было сложно распознать без дополнительного анализа. В конце участников попросили самостоятельно указать, приняли ли они программу или отказались от неё. Среди участников, столкнувшихся с запутанной формулировкой, 33,4% фактически согласились на участие в программе. Однако, когда их спросили напрямую, только 16,7% заявили, что сделали такой выбор. Авторы эксперимента указывают, что 310 человек подписались на программу защиты данных, не осознавая, что дали согласие [1, с. 78].

Одним из ключевых методов в дизайне цифрового продукта является A/B тестирование. С технической точки зрения A/B тестирование представляет собой эксперимент, в котором аудитория случайным образом делится на две или более группы. Каждая группа взаимодействует с разными версиями одного и того же элемента продукта (например, кнопкой «Купить»). Затем анализируются ключевые метрики, такие как конверсия, время, проведённое на сайте, или частота отказов. Выигрывающим признаётся тот вариант, который показывает лучшие результаты с точки зрения заранее определённых бизнес-целей. Благодаря этому компании проверяют, какие варианты интерфейса или формулировки текстов максимизируют вероятность заключения договора. Для бизнеса это эффективный инструмент оптимиза-

ции, но для потребителей он часто означает попадание в тщательно выстроенные поведенческие ловушки.

Другим распространённым инструментом является юзабилити-тестирование (usability testing). Оно предполагает наблюдение за действиями пользователей при взаимодействии с продуктом или интерфейсом и сбор данных о том, насколько процесс использования понятен, удобен и последователен. В ходе таких тестов фиксируются моменты, когда пользователь испытывает затруднения, ошибки или задержки, что позволяет лучше понять реальные сценарии поведения и адаптировать под них интерфейс.

Если A/B-тестирование выявляет, какой вариант интерфейса работает эффективнее в статистическом смысле, то юзабилити-тестирование даёт более глубокое понимание того, как именно пользователи воспринимают и выполняют задачи. Совместное использование этих методов позволяет последовательно улучшать цифровые продукты, делая процесс их использования более предсказуемым и управляемым.

Для понимания того, каким образом методы исследования интерфейсов, такие как A/B-тестирование и юзабилити-тестирование, влияют на поведение пользователей, важно рассмотреть психологические механизмы, лежащие в основе процесса принятия решений.

В основе современного подхода к экономическому анализу человеческого поведения лежат идеи поведенческой экономики и когнитивной психологии, которые рассматривают человека не как полностью рационального агента из-за влияния когнитивных искажений или ошибок (cognitive bias) [2, с. 67].

Именно поэтому методы проектирования интерфейсов учитывают не только технические аспекты, но и психологические реакции, стремясь предсказать, как люди будут взаимодействовать с системой. В этом контексте ключевым является понимание того, как функционирует человеческое мышление и какие когнитивные процессы лежат в основе принятия решений.

Согласно модели двойственного процесса мышления, предложенной Дэниелом Канеманом, человеческое сознание работает в двух режимах: Система 1 — быстрая, интуитивная, автоматическая, и Система 2 — медленная, рефлексивная, аналитическая [3, с. 29-131].

При заключении онлайн-договоров интерфейсы часто апеллируют именно к Системе 1 — мгновенному, некритичному восприятию [4, с. 244-245]. В то же время отказ от договора может потребовать перехода к Системе 2, что связано с дополнительными усилиями — множеством кликов, навигацией по сложному меню и чтением юридически сложных формулировок. Такой дисбаланс повышает риск введения в заблуждение, поскольку когнитивная нагрузка снижает способность пользователя принимать осознанные и рациональные решения.

Именно на этой особенности человеческого восприятия строятся dark patterns (тёмные паттерны) — специальные приёмы в дизайне интерфейсов, которые намеренно создаются для того, чтобы склонить пользователя к определённым действиям, которых он, возможно, не совершил бы при более прозрачных условиях. Сам термин dark patterns был введён дизайнером Гарри Бригнеллом (Harry Brignull) в 2010 году. Такие решения ограничивают автономию человека, подталкивают его к выгодным для компании, но не всегда благоприятным для него самому шагам и усиливают дисбаланс между простотой заключения договора и сложностью его расторжения или отказа от нежелательных условий.

На сайте Гарри Бригнелла (<https://www.deceptive.design>), посвящённом dark patterns, представлен подробный каталог типов манипулятивных приёмов в интерфейсах — от скрытых подписок и нагнетающей спешки до хитро сформулированных кнопок и препятствий для отказа. Например, confirmshaming действует через чувство вины при отказе от предложения, fake urgency и fake scarcity создают искусственное давление за счёт спешки или дефицита, hard to cancel и hidden costs усложняют отказ от услуги и добавляют неожиданные траты, а trick wording — путаная формулировка, вводящая в заблуждение даже внимательных пользователей.

В статье *Shining a Light on Dark Patterns* приведены результаты двух экспериментов, демонстрирующих силу таких приёмов. Особенно уязвимыми оказались пользователи с более низким уровнем образования — они чаще поддавались манипуляциям в «мягких» формах [1, с. 80-81].

Другие эмпирические исследования подтверждают массовость использования dark patterns. Например, автоматизированный анализ около 11 000 сайтов электронной торговли обна-

ружил 1 818 случаев подобных паттернов [5, с. 11-12]. Более того, согласно отчёту Европейской комиссии за 2022 год, 97% самых популярных веб-сайтов и приложений, используемых потребителями в странах ЕС, содержали как минимум один элемент, классифицируемый как dark pattern. [6, с. 45].

Вместе эти данные свидетельствуют о том, что dark patterns представляют серьёзную проблему с точки зрения защиты прав потребителей и запрета на недобросовестную конкуренцию. В этой связи далее будут рассмотрены патерналистские методы государственного регулирования, направленные на ограничение использования манипулятивных интерфейсов и защиту пользователей от неосознанных и навязанных решений.

В США Федеральная торговая комиссия (FTC) обладает широкими полномочиями по регулированию недобросовестных и вводящих в заблуждение практик. В последние годы FTC применила эти полномочия на практике, оштрафовав разработчика игры Fortnite, компанию Epic Games, на 245 миллионов долларов за использование dark patterns. Жалоба включала несколько ключевых претензий, в частности компания применяла манипулятивные интерфейсы, которые побуждали чаще несовершеннолетних игроков совершать незапланированные покупки в процессе игры [7].

Другой пример связан с иском против Amazon [8]. В 2023 году комиссия обвинила Amazon в автоматическом продлении подписки без явного согласия пользователей и усложнении процедуры отмены. По данным жалобы, пользователям сначала было сложно найти сам инструмент для отмены подписки. Даже после его обнаружения пользователь проходил через несколько последовательных страниц, где ему предлагались различные альтернативы: продолжить подписку по сниженной цене, либо вовсе отказаться от отмены. Лишь после прохождения всех этих этапов появлялась возможность окончательно прекратить подписку. Судебное разбирательство по этому делу не окончено.

В ответ на подобные случаи злоупотреблений Федеральная торговая комиссия США разработала правило Click-to-Cancel, направленное на упрощение отказа от автоматических подписок [9]. Согласно новым правилам, компании, предлагающие услуги с регулярными платежами, обязаны обеспечить пользователям возможность отменить подписку столь же легко, как и оформить её. Цель инициативы — снизить распространённость dark patterns в сфере подписных сервисов и защитить потребителей от ситуаций, когда их удерживают в платных услугах против их воли. Хотя американ-

ские суды заблокировали внедрение этого правила по процедурным основаниям [10], сам подход отражает новый вектор регулирования: борьбу с *dark patterns* не только на стадии заключения договора, но и на стадии его прекращения.

В Германии с 2022 года действует так называемый *Kündigungsbutton* (§ 312k BGB), который обязывает продавцов предоставлять пользователям заметную кнопку расторжения договора прямо на сайте. Кроме этого, она должна содержать понятные надписи, например: «Договор расторгнуть здесь» (*Vertrag hier kündigen*).

В российском праве пока отсутствуют прямые нормы, аналогичные *Click-to-Cancel* или *Kündigungsbutton*, которые бы обязывали компании обеспечивать простой и прозрачный процесс отказа от подписок или иных онлайн-услуг. Но проблема введения в заблуждение при заключении онлайн-договоров может быть рассмотрена через призму института ошибок в волеизъявлении. Нетранспарентные формулировки условий, избыточно сложные интерфейсы или умышленное сокрытие информации способны привести к тому, что потребитель выражает согласие на условия, фактически не соответствующие его действительной воле. В случаях, когда подобная ошибка была спровоцирована злонамеренными действиями контрагента, речь может идти об обмане и оспаривании договора по п. 2 ст. 179 ГК РФ [11, с. 881]. Если же поведение другой стороны не носило характер явного обмана, но интерфейс или непрозрачные условия всё же привели к искажению восприятия сделки, применимы положения ст. 178 ГК РФ, предусматривающей возможность оспаривания договора, заключённого под влиянием ошибки. Таким образом, российское право уже содержит инструменты для защиты потребителей от эффектов «тёмных паттернов», однако их применение в цифровой среде требует адаптации и развития доктрины.

Таким образом, современные цифровые интерфейсы играют ключевую роль в формировании воли потребителей при заключении онлайн-договоров. Такие элементы интерфейса, как расположение кнопок, структура меню и формулировки текстов, способны не только упростить процесс заключения договора, но и стать инструментами манипуляции. Применение *dark patterns* создаёт серьёзные риски нарушения автономии воли пользователей. Следовательно, дизайн цифрового продукта обладает значимостью для права, поскольку способен ввести потребителей в заблуждение. Перспективным направлением является создание специальных правил, направленных на обеспечение прозрачности и баланса интересов сторон, что позволит не только защитить права потребителей, но и укрепить доверие к цифровым платформам.

### Список литературы:

- [1] Luguri J., Strahilevitz L. Shining a Light on Dark Patterns. *Journal of Legal Analysis*, Vol. 13, No. 1, 2021, pp. 43–109..
- [2] Карапетов А.Г. Экономический анализ права. М.: Статут, 2016. 528 с.
- [3] Канеман Д. Думай медленно... решай быстро. Москва: АСТ, 2024. 653 с.
- [4] Bösch C., Erb B., Kargl F., Kopp H., Pfattheicher S. Tales from the Dark Side: Privacy Dark Strategies and Privacy Dark Patterns. *Proceedings on Privacy Enhancing Technologies*, 2016, pp. 237–254.
- [5] Mathur A., Acar G., Friedman M.J., Lucherini E., Mayer J., Chetty M., Narayanan A. Dark Patterns at Scale: Findings from a Crawl of 11K Shopping Websites. *Proc. ACM Hum.-Comput. Interact.*, 3: CSCW, Article 81, Nov. 2019, 32 pp.
- [6] European Commission, Directorate-General for Justice and Consumers. Lupiáñez-Villanueva F., Boluda A., Bogliacino F. et al. Behavioural Study on Unfair Commercial Practices in the Digital Environment: Dark Patterns and Manipulative Personalisation: Final Report [Электронный ресурс]. Publications Office of the European Union, 2022. URL: <https://data.europa.eu/doi/10.2838/859030> (дата обращения: 08.09.2025).
- [7] Federal Trade Commission. Fortnite Video Game Maker Epic Games to Pay More Than Half a Billion Dollars over FTC Allegations of Privacy Violations and Unwanted Charges [Электронный ресурс]. URL: <https://www.ftc.gov/news-events/news/press-releases/2022/12/fortnite-video-game-maker-epic-games-pay-more-half-billion-dollars-over-ftc-allegations> (дата обращения: 08.09.2025).
- [8] Federal Trade Commission. FTC Takes Action Against Amazon for Enrolling Consumers in Amazon Prime Without Consent and Sabotaging Their Attempts to Cancel [Электронный ресурс]. URL: <https://www.ftc.gov/news-events/news/press-releases/2023/06/ftc-takes-action-against-amazon-enrolling-consumers-amazon-prime-without-consent-sabotaging-their> (дата обращения: 08.09.2025).
- [9] Federal Trade Commission. Federal Trade Commission Announces Final “Click-to-Cancel” Rule Making It Easier for Consumers to End Recurring Subscriptions and Memberships [Электронный ресурс]. URL: <https://www.ftc.gov/news-events/news/press-releases/2024/10/federal-trade-commission-announces-final-click-cancel-rule-making-it-easier-consumers-end-recurring> (дата обращения: 08.09.2025).
- [10] Апелляционный суд восьмого округа США. *Custom Communications, Inc. v. Federal Trade Commission*, No. 24-3388 (8th Cir. 2025).

[11] Бевзенко Р.С., Будылин С.Л., Громов А.А. и др. Недействительность сделки: комментарий к статьям 166–181 ГК РФ. Отв. ред. А.Г. Карапетов. Москва: Статут, 2025. 996 с.

#### References:

[1] Luguri J., Strahilevitz L. Shining a Light on Dark Patterns. *Journal of Legal Analysis*, Vol. 13, No. 1, 2021, pp. 43–109..

[2] Karapetov A.G. *Ehkonomicheskij analiz prava*. M.: Statut, 2016. 528 s.

[3] Kaneman D. *Dumaj medlennO... reshaj bystro*. Moskva: AST, 2024. 653 s.

[4] Bösch C., Erb B., Kargl F., Kopp H., Pfattheicher S. Tales from the Dark Side: Privacy Dark Strategies and Privacy Dark Patterns. *Proceedings on Privacy Enhancing Technologies*, 2016, pp. 237–254.

[5] Mathur A., Acar G., Friedman M.J., Lucherini E., Mayer J., Chetty M., Narayanan A. Dark Patterns at Scale: Findings from a Crawl of 11K Shopping Websites. *Proc. ACM Hum.-Comput. Interact.*, 3: CSCW, Article 81, Nov. 2019, 32 pp.

[6] European Commission, Directorate-General for Justice and Consumers. Lupiáñez-Villanueva F., Boluda A., Bogliacino F. et al. Behavioural Study on Unfair Commercial Practices in the Digital Environment: Dark Patterns and Manipulative Personalisation: Final Report [Ehlektronnyj resurs]. Publications Office of the European Union, 2022. URL: <https://data.europa.eu/doi/10.2838/859030> (data obrashcheniya: 08.09.2025).

[7] Federal Trade Commission. Fortnite Video Game Maker Epic Games to Pay More Than Half a

Billion Dollars over FTC Allegations of Privacy Violations and Unwanted Charges [Ehlektronnyj resurs]. URL: <https://www.ftc.gov/news-events/news/press-releases/2022/12/fortnite-video-game-maker-epic-games-pay-more-half-billion-dollars-over-ftc-allegations> (data obrashcheniya: 08.09.2025).

[8] Federal Trade Commission. FTC Takes Action Against Amazon for Enrolling Consumers in Amazon Prime Without Consent and Sabotaging Their Attempts to Cancel [Ehlektronnyj resurs]. URL: <https://www.ftc.gov/news-events/news/press-releases/2023/06/ftc-takes-action-against-amazon-enrolling-consumers-amazon-prime-without-consent-sabotaging-their> (data obrashcheniya: 08.09.2025).

[9] Federal Trade Commission. Federal Trade Commission Announces Final “Click-to-Cancel” Rule Making It Easier for Consumers to End Recurring Subscriptions and Memberships [Ehlektronnyj resurs]. URL: <https://www.ftc.gov/news-events/news/press-releases/2024/10/federal-trade-commission-announces-final-click-cancel-rule-making-it-easier-consumers-end-recurring> (data obrashcheniya: 08.09.2025).

[10] Apellyacionnyj sud vos'mogo okruga SSHA. Custom Communications, Inc. v. Federal Trade Commission, No. 24-3388 (8th Cir. 2025).

[11] Bevzenko R.S., Budylin S.L., Gromov A.A. i dr. Nedejstvitel'nost' sdelki: kommentarij k stat'yam 166–181 GK RF. Отв. ред. А.Г. Карапетов. Москва: Статут, 2025. 996 с.



**ЮРКОПАНИ**

[www.law-books.ru](http://www.law-books.ru)

Юридическое издательство «ЮРКОПАНИ»  
издает научные журналы:

- Научно-правовой журнал «Образование и право», рекомендованный ВАК Министерства науки и высшего образования России (специальности 12.00.01, 12.00.02), выходит 1 раз в месяц.
- Научно-правовой журнал «Право и жизнь», рецензируемый (РИНЦ, E-Library), выходит 1 раз в 3 месяца.