

DOI: 10.18522/1997-2377-2024-138-5-82-84

УДК: 338.001

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ТЕМНЫХ ПАТТЕРНОВ В СФЕРЕ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГА

В.Н. Чумаков, А.Л. Шубин

Рассматривается понятие темных паттернов их классификация. Представлены выводы исследования восприятия темных паттернов респондентами. Делается заключение о необходимости проведения более глубоких исследований на больших выборках.

Ключевые слова: темные паттерны, маркетинг, искусственный интеллект, исследование, интерфейс

Литература

1. Сергеев С.Ф., Поварова П.И. Интерфейс новостная лента: «механика вовлечения» и негативное влияние на пользователя // Институт психологии Российской академии наук. Организационная психология и психология труда. 2021. Т. 6. № 3. С. 23–37.
2. Arunesh Mathur, Gunes Acar, Michael J. Friedman, Elena Lucherini, Jonathan Mayer, Marshini Chetty, and Arvind Narayanan. Dark Patterns at Scale: Findings from a Crawl of 11K Shopping Websites. Proc. ACM Hum.-Comput. Interact. 3, CSCW, Article 81 (November 2019), 2019. 32 p. – URL: <https://doi.org/10.1145/3359183>
3. Mizuta T. Can an AI perform market manipulation at its own discretion? – A genetic algorithm learns in an artificial market simulation 2020 IEEE Symposium Series on Computational Intelligence (SSCI) December 1–4, 2020, Canberra, Australia.
4. NUDGE: Improving Decisions About Health, Wealth And Happiness, R.H. Thaler, C.R. Sunstein Penguin, 2009, 306 p. ISBN: 978-0-141-04001-1
5. Traubinger V., Heil S., Grigera J., Garrido A., Gaedke M. In Search of Dark Patterns in Chatbots. In: Følstad, A., et al. Chatbot Research and Design. Conversations 2023. Lecture Notes in Computer Science, 2024, vol. 14524. Springer, Cham. – URL: https://doi.org/10.1007/978-3-031-54975-5_7

Государственный институт экономики, финансов, права и технологий, г. Гатчина, Россия 23 сентября 2024 г.