

## **Tiparele obscure în comerțul electronic**

*Strategii retorice, impactul persuasiv și gradul de acceptare a utilizatorilor*

### **Rezumat**

Lucrarea se concentrează asupra unui subiect de mare actualitate și relevanță în domeniul comerțului electronic: tiparele obscure. Acestea reprezintă tehnici manipulative utilizate în designul interfețelor digitale pentru a influența deciziile utilizatorilor, adesea în detrimentul acestora și în favoarea intereselor comerciale. Teza își propune să ofere o înțelegere mai profundă a acestor tehnici, să investigheze impactul lor asupra utilizatorilor și să identifice posibile soluții pentru atenuarea efectelor negative. În mediul online, unde deciziile sunt adesea luate rapid și fără o reflecție atentă, tiparele obscure devin o formă subtilă de manipulare care poate avea efecte semnificative asupra comportamentului consumatorilor și asupra relației acestora cu platformele de comerț electronic.

Lucrarea abordează problematica eticii în comerțul electronic, subliniind cum tiparele obscure afectează autonomia utilizatorului și încrederea acestuia în platformele online. Încrederea este un element central în comerțul electronic, iar erodarea acesteia prin tehnici de manipulare poate avea efecte negative pe termen lung atât asupra consumatorilor, cât și asupra companiilor. Așadar, miza cercetării este nu doar de a analiza aceste tipare, ci și de a oferi un cadru teoretic și practic pentru înțelegerea și combaterea lor.

Motivarea alegerii temei derivă din evoluția rapidă a comerțului electronic și din recurența tot mai mare a tiparelor obscure în interfețele digitale. Odată cu creșterea numărului de utilizatori ai platformelor online și cu expansiunea comerțului electronic, aceste practici manipulative au devenit din ce în ce mai răspândite. Ele exploatează vulnerabilitățile cognitive ale utilizatorilor pentru a genera profituri pe termen scurt, în detrimentul transparenței și eticii. Această cercetare își propune să explice în detaliu cum funcționează tiparele obscure, de ce sunt ele eficiente și cum pot fi reglementate pentru a proteja consumatorii. Scopul principal este de a elucida dimensiunile

retorice ale acestor tipare, de a explora eficacitatea lor persuasivă și de a analiza acceptarea lor de către utilizatori, contribuind astfel la o înțelegere mai profundă a implicațiilor acestor practici asupra comportamentului consumatorilor și a practicilor etice de design.

Tiparele obscure au fost definite inițial de Harry Brignull în 2010 și includ o serie de strategii de design concepute pentru a manipula deciziile utilizatorilor în favoarea comerciantului. Acestea sunt frecvent întâlnite în interfețele digitale, în special în comerțul electronic, și exploatează prejudecățile cognitive ale utilizatorilor pentru a-i determina să ia decizii pe care altfel nu le-ar lua. Spre deosebire de alte practici mai evidente, tiparele obscure funcționează la un nivel subtil, profitând de modul în care oamenii procesează informația. Ele pot lua multe forme, de la ascunderea opțiunilor neavantajoase pentru comerciant până la crearea unui sentiment fals de urgență.

Un element important al cercetării este dezvoltarea unei taxonomii a tiparelor obscure. Aceasta include categorii precum hărțuirea, obstrucționarea, infiltrarea, interferența și acțiunea forțată. Fiecare dintre aceste categorii descrie o serie de tehnici utilizate în platformele de comerț electronic pentru a influența comportamentul utilizatorilor în moduri subtile, dar extrem de eficiente. Hărțuirea, de exemplu, se referă la utilizarea notificărilor persistente sau a altor forme de presiune pentru a împinge utilizatorii spre acțiuni nedorite, cum ar fi finalizarea unei achiziții. Obstrucționarea implică crearea de bariere artificiale atunci când utilizatorii doresc să efectueze acțiuni nefavorabile pentru platformă, cum ar fi anularea unui abonament sau renunțarea la un serviciu. Infiltrarea se referă la ascunderea sau prezentarea ambiguă a informațiilor esențiale, cum ar fi costurile reale sau termenii unui serviciu.

Pe lângă taxonomia acestor tipare, lucrarea investighează și impactul lor cognitiv și comportamental asupra utilizatorilor. Studiile arată că tiparele obscure influențează profund procesul decizional al utilizatorilor, exploatănd slăbiciunile lor cognitive. De exemplu, teama de a pierde o oportunitate este frecvent utilizată în comerțul online prin afișarea unor mesaje de tipul "doar câteva produse rămase în stoc" sau "oferta expiră în curând". Alte tehnici manipulative includ preselectarea automată a unor opțiuni mai costisitoare sau complicarea procedurii de renunțare la un serviciu. Aceste metode exploatează tendințele cognitive ale utilizatorilor de a alege calea cu cea mai mică rezistență sau de a acționa impulsiv sub presiunea timpului.

Considerațiile legale și etice sunt un alt aspect important discutat în cercetare. Tiparele obscure ridică mari probleme de integritate, deoarece subminează autonomia utilizatorilor și încrederea acestora în platformele online. Încrederea este esențială în comerțul electronic, iar utilizarea unor practici manipulative erodează această încredere, ceea ce poate avea efecte negative pe termen lung atât asupra consumatorilor, cât și asupra companiilor. În prezent, legislația privind protecția consumatorilor, cum ar fi GDPR în Uniunea Europeană, a început să abordeze problema consimțământului informat, dar multe dintre tehnicile utilizate în comerțul electronic sunt dificil de reglementat, deoarece sunt subtile și se bazează pe manipulări psihologice sofisticate.

Cercetarea argumentează că este necesară o actualizare a legislației existente și o mai bună aplicare a acesteia pentru a proteja utilizatorii de astfel de practici. În plus, este subliniată necesitatea educării utilizatorilor și dezvoltarea de practici de design etic care să respecte autonomia și drepturile acestora. Fără aceste măsuri, tiparele obscure vor continua să submineze încrederea în mediul online și să afecteze relația dintre companii și consumatori.

Studiul trece apoi la explorarea strategiilor de persuasiune în comerțul electronic, concentrându-se pe retorica vizuală și procedurală. Retorica vizuală se referă la utilizarea imaginilor, culorilor și formelor pentru a ghida atenția utilizatorului și a-i influența comportamentul. De exemplu, folosirea unor culori vii și contrastante pentru a scoate în evidență butoanele de achiziție poate induce utilizatorul să acționeze impulsiv. Retorica procedurală implică mecanismele interactive din interfețele digitale, cum ar fi *gamificarea*, care pot crește nivelul de angajament al utilizatorilor și îi pot determina să ia decizii pe care nu le-ar lua într-un context lipsit de presiune.

În lucrare se subliniază că aceste tehnici de persuasiune, deși eficiente în a genera vânzări pe termen scurt, pot avea un efect negativ pe termen lung asupra satisfacției utilizatorilor și asupra loialității acestora față de branduri. Astfel, în timp ce tiparele obscure pot aduce câștiguri imediate, ele pot submina încrederea consumatorilor și relația acestora cu companiile pe termen lung.

Prejudecățile cognitive joacă un rol crucial în modul în care tiparele obscure influențează deciziile utilizatorilor. Studiul se concentrează pe modul în care aceste prejudecăți sunt exploatare pentru a manipula comportamentul utilizatorilor. De exemplu, prejudecata implicită, care face ca oamenii să favorizeze opțiunile implicite sau preselectate, este adesea utilizată în comerțul electronic pentru a convinge utilizatorii să accepte condiții nefavorabile sau produse suplimentare.

Altă prejudecată exploatată este aversiunea față de pierdere, care determină utilizatorii să ia decizii impulsive de teama de a pierde o oportunitate.

Cercetarea subliniază că utilizatorii nu sunt întotdeauna conștienți de aceste manipulări subtile și că acest lucru ridică probleme etice majore. Utilizatorii ar trebui să aibă control asupra deciziilor lor și să fie informați în mod corect și transparent. Cu toate acestea, tiparele obscure reușesc adesea să ascundă informații importante sau să prezinte opțiuni într-un mod care distorsionează percepția utilizatorilor.

Impactul social și psihologic al tiparelor obscure este, de asemenea, analizat în detaliu. Studiul arată că utilizarea acestor tehnici poate avea consecințe negative asupra sănătății mentale a utilizatorilor. În special, utilizatorii pot experimenta anxietate și frustrare atunci când simt că nu au control asupra deciziilor lor online. Aceste sentimente pot duce la o deteriorare a relației utilizatorilor cu platformele online și la o diminuare a încrederii în acestea.

Efectele tiparelor obscure nu se limitează la experiențele individuale, ci au și implicații sociale mai largi. Într-un mediu online dominat de tehnici manipulative, relația dintre companii și consumatori devine tensionată, iar încrederea se erodează treptat. Acest lucru poate duce la o scădere a loialității consumatorilor și la o deteriorare a imaginii brandurilor care utilizează aceste tehnici. În plus, un mediu online în care manipularea subtilă este o practică obișnuită afectează negativ și percepția generală asupra comerțului electronic, ceea ce poate avea consecințe economice semnificative.

În concluzie, lucrarea subliniază necesitatea unor reglementări mai stricte și a unei conștientizări mai mari din partea utilizatorilor cu privire la existența tiparelor obscure și la impactul acestora. Este necesară o colaborare între industria comerțului electronic și factorii de decizie politică pentru a crea un mediu online mai transparent și mai echitabil. Mai mult, se sugerează că educarea utilizatorilor și promovarea unui design etic centrat pe utilizator sunt pași esențiali în combaterea acestor practici manipulative. Pe termen lung, protejarea drepturilor consumatorilor și restabilirea încrederii acestora în platformele online sunt esențiale pentru un comerț electronic sustenabil.

Obiectivul principal al cercetării este, așadar, de a înțelege impactul tiparelor obscure asupra comportamentului utilizatorilor și de a propune soluții care să sprijine dezvoltarea unui

mediu online mai etic și mai transparent. Studiul își propune să contribuie la dezvoltarea de reglementări adecvate, care să protejeze consumatorii de practicile manipulative și să promoveze un comerț electronic bazat pe încredere și respect reciproc între companii și consumatori.

Cercetarea subliniază importanța educării utilizatorilor pentru a recunoaște aceste tipare obscure și pentru a-și proteja mai bine interesele în interacțiunile online. De asemenea, este important ca factorii de decizie politică să fie implicați în crearea unui cadru de reglementare care să prevină utilizarea abuzivă a acestor tehnici. În cele din urmă, lucrarea oferă o contribuție semnificativă la înțelegerea complexității etice și psihologice ale tiparelor obscure în comerțul electronic, deschizând calea pentru cercetări viitoare în acest domeniu.