



LUNDS UNIVERSITET

Ekonomihögskolan

Institutionen för informatik

Deceptive patterns eller smart UX-design?

En studie om gränsen mellan påverkan och acceptans i digitala användargränssnitt.

Kandidatuppsats 15 hp, kurs SYSK16 i Informatik.

Författare: Mathias Lindström
Carl Skoog
Mariia Vediashkina

Handledare: Nicklas Holmberg
Markus Lahtinen

Rättande lärare: Odd Steen
Blerim Emruli

Deceptive patterns eller smart UX-design?: En studie om gränsen mellan påverkan och acceptans i digitala användargränssnitt.

ENGELSK TITEL: Deceptive Patterns or smart UX-design?: A study on the boundary between influence and acceptance in digital user interfaces.

FÖRFATTARE: Lindström, Skoog och Vediashkina

UTGIVARE: Institutionen för informatik, Ekonomihögskolan, Lunds universitet

EXAMINATOR: Osama Mansour, Docent

FRAMLAGD: juni, 2025

DOKUMENTTYP: Kandidatuppsats

ANTAL SIDOR: 67

NYCKELORD: Deceptive patterns, Dark Patterns, UX-design, Användarupplevelse

SAMMANFATTNING: Denna kandidatuppsats undersöker hur användare uppfattar så kallade ”deceptive patterns” - vilseledande designmönster - i digitala användargränssnitt, samt var gränsen går mellan påverkan och manipulation. Studien kombinerar en kvantitativ enkätundersökning med en kvalitativ intervjustudie för att fånga både bredd och djup i ämnet. Enkäten, som riktades till svenska internetanvändare, inkluderade scenariobaserade frågor om vanliga deceptive patterns såsom förvalda alternativ, gömda kostnader och svårigheter att avsluta prenumerationer. Resultaten visar att många användare känner igen dessa mönster, men trots sin kritiska inställning accepterar de dem i praktiken. Effektivitet, bekvämlighet, valbarhet och transparens framstår som faktorer som mildrar upplevelsen av manipulation. Samtidigt visar analysen att kontext och digital vana påverkar hur designen tolkas. Expertintervjuerna pekar på att gränsen mellan legitim påverkan och vilseledande manipulation är flytande och kontextberoende, där intention, transparens och användarkontroll är avgörande faktorer. Studien visar också att juridiska ramar som GDPR och DSA erbjuder viss reglering, men att tillsynen är svag och att stort ansvar faller på designpraktiken själv. Slutsatserna pekar på att gränsen mellan påverkan och manipulation är komplex och kontextberoende, vilket pekar på behovet av både fortsatt forskning och en mer etiskt medveten designpraxis.

Innehåll

Termer	1
1 Introduktion	2
1.1 Bakgrund	2
1.2 Problemformulering	2
1.3 Syfte	3
1.4 Forskningsfråga	3
1.5 Avgränsningar	4
2 Gränserna för påverkan: teori, etik och användarperspektiv	5
2.1 Från vägledning till manipulation	5
2.1.1 Nudging och digital nudging	5
2.1.2 Persuasive Systems och kontroversiell påverkan	6
2.1.3 Deceptive patterns: definition och variation	7
2.2 Interaktionsdesign och användarupplevelse	8
2.3 Användarens medvetenhet och tolkning	11
2.4 Teknisk acceptans och upplevd användbarhet	12
2.4.1 Acceptans bortom användbarhet	13
2.4.2 Normativ och etisk acceptans	13
2.5 Reglera det osynliga	14
2.5.1 Etiken	14
2.5.2 Lagar och reglering	15
2.6 Teoretisk resultat	16
3 Metod	19
3.1 Litteraturundersökning	19
3.2 Enkätundersökning - användarperspektivet	19
3.2.1 Urval	20
3.2.2 Validitet och reliabilitet	21
3.2.3 Utformning av enkäten	22
3.3 Expertintervjuer - kontext och djup	27
3.3.1 Genomförande och bearbetning av expertintervjuer	28
3.3.2 Utformning av intervjufrågor	28
3.4 Metodtriangulering och reflektion	30

3.5 Bearbetning av data	31
3.5.1 Enkätundersökning.....	31
3.5.2 Expertintervjuer.....	32
4 Resultat.....	34
4.1 Enkätundersökning.....	34
4.1.1 Allmänna frågor: demografi.....	34
4.1.2 Scenariobaserade resultat: användarupplevelse, användaracceptans och etik	36
4.1.3 Samband mellan demografi, digital vana och användarupplevelse	38
4.1.4 Medvetenhet, erfarenhet och användarattityder	38
4.2 Expertintervjuer.....	42
4.2.1 Definitioner och terminologi.....	42
4.2.2 Användares medvetenhet och upplevelse	43
4.2.3 Gränsen mellan övertalning och manipulation.....	45
4.2.4 Juridiska och reglerande aspekter	46
5 Diskussion	48
5.1 Användarnas medvetenhet och subjektiva upplevelser.....	48
5.2 Dark-pattern blindness och normalisering	49
5.3 Gränsen mellan påverkan och manipulation	51
5.4 Juridiska aspekter och regulatoriska utmaningar	53
5.5 Är deceptive patterns alltid ett problem?	54
5.6 Diskussion sammanfattning	54
6 Slutsats	56
6.1 Viktiga insikter.....	56
6.2 Kritisk inblick.....	57
6.3 Förslag på vidare forskning och implikationer	58
Appendix A - AI-bidragsredogörelse	59
Appendix C - Kontingenstabeller och chi-två-tester.....	60
Appendix D - Kodningstabell	63
Referenser.....	64

Figurer

Figur 2.1: Spektrum av påverkan i digital design: från etisk nudging till deceptive pattern (inspirerad av Clausen et al., 2022; Mathur et al., 2021).	7
Figur 2.2: Kategorisering av deceptive patterns (Gray et al., 2018, s.534).....	8
Figur 2.3: Tre perspektiv i användarupplevelsen (Hassenzahl & Tractinsky, 2006, s.95).	9
Figur 3.1: Scenario 1: Gömda kostnader (hidden cost).....	24
Figur 3.2: Scenario 2: Förvalda alternativ (preselection).....	24
Figur 3.3: Scenario 3: Svårt att avsluta prenumeration (hard to cancel).....	25
Figur 4.1: Hur gammal är du?	34
Figur 4.2: Kön?	35
Figur 4.3: Vad är din högsta utbildningsnivå?	35
Figur 4.4: Hur ofta använder du digitala tjänster (t.ex. onlinebokningar, e-handel, registreringar)?	36
Figur 4.5: Skulle du använda en annan digital tjänst som är designad på detta sätt? (på en skala 1–5).	37
Figur 4.6: Jag har sett liknande designelement på andra digitala tjänster.	39
Figur C1: Kontingenstabell: Utbildningsnivå – scenario 1, 2, 3.	60
Figur C2: Kontingenstabell: Ålder– scenario 1, 2, 3.	61
Figur C3: Kontingenstabell: Vana av digitala tjänster– scenario 1, 2, 3.	62

Tabeller

Tabell 1.1: Begreppstabell med nyckelbegrepp som används i studien, med syftet att tydliggöra deras innebörd i det aktuella sammanhanget och därigenom stödja förståelsen av studiens resultat och analys.	1
Tabell 2.1: Teoretisk resultatmodell.....	17
Tabell 3.1: Kategorisering av scenario deceptive patterns enligt Gray et al. (2018), ramverk som återfinns i 2.1.3.	22
Tabell 3.2: Tabell över enkätfrågor.....	25
Tabell 3.3: Tabell över kategorisering (följande schema återfinns i Appendix D).....	33
Tabell 4.1: Resultatsammanställning av scenariofrågor.....	37

Tabell 4.2: Tematisk kategorisering av svar på frågan: Om du tyckte någon av designlösningarna var smarta / hjälpsamma, vilken och hur?	40
Tabell 4.3: Tematisk kategorisering av svar på frågan: Har du några övriga synpunkter gällande designvalen i scenarierna du vill dela med dig av?	41
Tabell D1: Tabell över kategorisering.	63

Termer

Tabell 1.1: Begreppstabell med nyckelbegrepp som används i studien, med syftet att tydliggöra deras innebörd i det aktuella sammanhanget och därigenom stödja förståelsen av studiens resultat och analys.

Termer	Definition
Pattern	Olika designmönster eller beteende hos användargränssnitt (Detta är en egen arbetad definition).
Deceptive pattern / dark pattern	Designmönster som medvetet utformas för att påverka användares beslut i riktningar som gynnar företagets intressen, ofta på bekostnad av användarens egna (Brignull, 2010).
Användarupplevelse (eng., User Experience)	Hur människor känner för en produkt och deras glädje och tillfredsställelse när de använder den (Preece et al., 2015)
UX-design (UXD)	Utformning av användargränssnitt som främjar en positiv och meningsfull upplevelse för användaren (Preece et al., 2015).
Interaktionsdesign	Designa interaktiva produkter för att stödja hur människor kommunicerar och interagerar i sina vardags- och arbetsliv (Preece et al., 2015)
Human-Computer Interaction (HCI)	Ett tvärvetenskapligt forskningsområde som studerar hur människor interagerar med digitala system och hur dessa system kan designas för att vara effektiva, användbara och användarvänliga (Preece et al., 2015).
Autonomi	Ett rättighetsbaserat värde som innebär att användare har rätt att agera utifrån sina egna skäl när de fattar beslut. Detta är ett centralt begrepp i diskussionen kring deceptive patterns som påverkar användares val (Mathur et al., 2021).
Valarkitektur (eng., choice architecture)	Ett sätt att modifiera användargränssnitt för att påverka användarens val (Clausen et al., 2022; Mathur et al., 2021)
Nudge/Nudging	Vilken aspekt som helst av valarkitekturen som ändrar människors beteende på ett förutsägbart sätt utan att förbjuda några alternativ eller signifikant ändra deras ekonomiska incitament (Thaler & Sunstein, 2008).

1 Introduktion

1.1 Bakgrund

Digitaliseringen har under de senaste tre decennierna transformerat hur människor kommunicerar, konsumerar och interagerar med tjänster. Vardagliga aktiviteter som att boka resor, handla mat och sköta bankärenden sker idag via digitala användargränssnitt. I takt med detta har *användarupplevelsen* vuxit fram som ett centralt verktyg för att skapa effektiva och engagerande tjänster. Användarupplevelsen handlar inte längre enbart om funktion och estetik, utan används strategiskt för att påverka användarbeteende och stödja affärsmål (Preece et al., 2015).

Denna utveckling har förstärkts av en allt mer “metrics”-driven designkultur, där användarbeteenden systematiskt mäts och optimeras genom metoder som “A/B-testning”, “click tracking” och “konverteringsanalys”. UX har därmed kommit att fungera inte bara som ett stöd för användaren, utan som ett kommersiellt verktyg för att styra beslut och konsumtion (Brignull, 2023; Preece et al., 2015). En särskilt omdiskuterad aspekt av denna utveckling är användningen av *deceptive patterns* - även kallade *dark patterns* eller *manipulative patterns*. Begreppet introducerades av Brignull (2010), som beskriver det som designmönster som är avsiktligt konstruerade för att manipulera användare till att agera på sätt som främjar företagets intressen, ofta på bekostnad av användarens egna. Sådana mönster kan omfatta vilseledande språk, förinställda val, dolda avgifter eller hinder för att avsluta en tjänst.

Forskningen har dokumenterat förekomsten av deceptive patterns i ett brett spektrum av digitala miljöer. Mathur et al. (2019) visade att över 11 000 e-handelssajter använde sig av dessa tekniker. Deceptive patterns har bland annat identifierats i online-resebyråer, där till exempel urgency-effekter och preselection (olika typer av deceptive patterns) används för att påverka köpbeteende (Kim et al., 2021). Dessutom är problemet inte begränsat till enskilda branscher eller regioner. En studie, på beställning av Europeiska kommissionen, visade att hela 97 % av de mest populära webbplatserna och apparna inom EU använde minst ett deceptive pattern (Lupiáñez-Villanueva et al., 2022). Studien pekar på att användare i praktiken är exponerade för dessa mönster i stor skala, vilket aktualiserar behovet av att förstå hur de upplevs och tolkas (Lupiáñez-Villanueva et al., 2022).

1.2 Problemformulering

Trots det växande forskningsintresset är användarens subjektiva upplevelse av deceptive patterns fortfarande otillräckligt utforskade. Hur tolkar och uppfattar användare dessa mönster

i sin vardag? Ser de dem som vilseledande och manipulativa - eller som legitima delar av effektiv design? Forskning pekar åt olika håll. Di Geronimo et al. (2020) visar att vissa användare inte känner igen manipulerande design, vilket kan bero på att mönstren är subtila eller har blivit normaliserade. Samtidigt visar andra studier att användare ofta upplever frustration, obehag eller misstro när de möter dessa mönster, även om de inte alltid kan förklara exakt varför (Bhoot et al., 2020; Bongard-Blanchy et al., 2021).

Som Brignull (2023) påpekar är gränsen mellan påverkan och manipulation ofta flytande. Vad som för en person är ett användarvänligt "nudge" kan för en annan kännas påtvingat. Kontext, tidigare erfarenheter och tillit till tjänsten påverkar hur designval uppfattas (Mathur et al., 2019; Bhoot et al., 2020). Därför är det avgörande att undersöka *var användare själva drar gränsen* och hur deras upplevelser kan bidra till etisk och användarcentrerad design.

Denna otydlighet i hur användare tolkar påverkan och manipulation skapar en kunskapslucka som blir särskilt viktig i takt med att dessa tekniker blir mer integrerade i vardagliga digitala tjänster - ofta utan att användarna har verktyg att identifiera eller förstå dem. För att utveckla framtida etiska riktlinjer och användarcentrerad design krävs en fördjupad förståelse av hur användare uppfattar gränsen mellan legitim påverkan och vilseledande manipulation.

1.3 Syfte

Syftet med denna studie är att undersöka hur användare uppfattar förekomsten av deceptive patterns i digitala användargränssnitt och att komplettera detta med experters beskrivningar av var gränsen går mellan legitim påverkan och vilseledande manipulation. Fokus ligger på att förstå hur användarnas subjektiva erfarenheter och tolkningar samspelar med experternas perspektiv på intention, transparens och etiska överväganden inom design. Genom att kombinera kvantitativ data om användarnas upplevelser med kvalitativa insikter från expertintervjuer vill vi bidra till en fördjupad förståelse av gränsdragningen mellan acceptabel påverkan och vilseledande design. Studien syftar därmed till att granska hur begreppet "deceptive patterns" används i dagens UX-diskussion. Genom att analysera både användarupplevelser och expertperspektiv ifrågasätter vi om vissa mönster alltid bör betraktas som vilseledande, eller om de i vissa fall kan uppfattas som legitima designval beroende på intention, kontext och transparens.

1.4 Forskningsfråga

För att belysa hur användare uppfattar förekomsten av deceptive patterns i digitala gränssnitt ställs följande forskningsfråga:

Hur uppfattar användare deceptive patterns i digitala användargränssnitt - som vilseledande manipulation eller smart UX-design - och var går gränsen mellan påverkan och manipulation?

1.5 Avgränsningar

För att avgränsa studien till ett hanterbart omfång fokuserar undersökningen på användares uppfattningar, attityder och etiska bedömningar av deceptive patterns i digitala konsumenttjänster. Studien omfattar inte en juridisk prövning av designmönstren, i den kontext att vi inte utför någon bedömning av lagbrott eller tolkar lagtext i juridisk mening. Däremot behandlas juridiska ramar som GDPR och DSA i syfte att ge en teoretisk kontext för hur reglering påverkar designpraxis och användares upplevelser. Analysen utgår från användarnas subjektiva upplevelser och medvetenhet, samt experternas beskrivningar av de faktorer som påverkar gränsdragningen mellan påverkan och manipulation. Expertintervjuerna syftar inte till att generalisera experternas åsikter eller skapa kvantitativa jämförelser, utan används för att ge en djupare förståelse av designens etiska implikationer och dess påverkan på användarnas autonomi. Enkätstudien är vidare avgränsad till tre typer av deceptive patterns: gömda kostnader (*eng.*, hidden cost), förvalda alternativ (*eng.*, preselection) och svårigheter att avsluta prenumerationer (*eng.*, hard to cancel). Det innebär att andra varianter av manipulerande design inte analyseras. Enkätundersökningen genomfördes i en svensk kontext och bygger på ett icke-representativt urval av deltagare med relativt hög digital kompetens, vilket begränsar möjligheten till generalisering. Syftet har inte varit att uttala sig om hela befolkningens erfarenheter, utan snarare att fördjupa förståelsen för hur påverkan upplevs i vardaglig digital interaktion.

2 Gränserna för påverkan: teori, etik och användarperspektiv

Digital design påverkar användarbeteende på både medvetna och omedvetna nivåer. För att kunna förstå hur användare uppfattar och tolkar deceptive patterns krävs därför en tvärvetenskaplig genomgång av centrala begrepp, teorier och normer. Detta kapitel presenterar en kunskapssammanställning som rör sig från nudging till manipulativ design, från UX-principer till etiska dilemman, och från teknisk användbarhet till subjektiv acceptans.

2.1 Från vägledning till manipulation

För att förstå användares uppfattningar av deceptive patterns krävs en teoretisk förankring och tydliga definitioner för hur digital design kan upplevas påverka beteende, även när denna påverkan sker subtilt eller inte uppmärksammas direkt. I detta avsnitt behandlas begrepp som nudging, persuasive systems, samt den begreppsförvirring som omgärdar termen deceptive patterns. Syftet är att ge en grund för att senare kunna analysera var användare själva uppfattar gränsen mellan stödjande och vilseledande design.

2.1.1 Nudging och digital nudging

Nudging, enligt Thaler och Sunstein (2008), innebär att små förändringar i valarkitekturen används för att främja önskvärda beteenden, ofta med användarens bästa i åtanke. Inom UX-design har begreppet *digital nudging* utvecklats för att beskriva strategier som påverkar användarens val utan tvång eller vilseledning (Schneider et al., 2018). Det kan röra sig om visuella framhävningar, ordningsföljd i menyer eller positiva förstärkningar. Syftet är att stödja användaren, inte att vilseleda.

Trots detta delar nudging flera psykologiska mekanismer med deceptive patterns, exempelvis när det gäller hur alternativet struktureras och presenteras. Skillnaden ligger i intentionen och graden av transparens. Medan nudging ofta har ett användarcentrerat syfte, utnyttjar deceptive patterns användarens kognitiva bias till förmån för affärsintressen (Clausen et al., 2022).

2.1.2 Persuasive Systems och kontroversiell påverkan

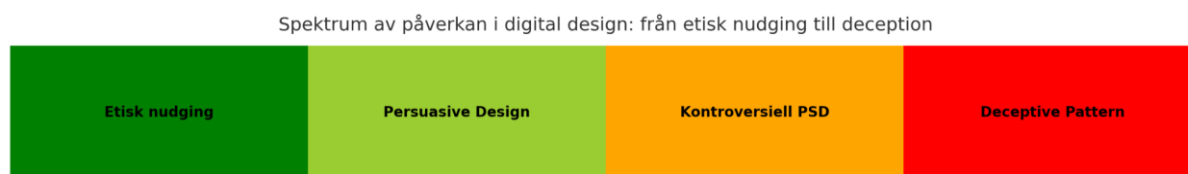
För att ytterligare förstå deceptive patterns i kontext är det relevant att placera dem inom ramen för *Persuasive System Design* (PSD). Enligt Törning och Oinas-Kukkonen (2009) syftar PSD till att skapa en planerad förändring i användarens kognitiva eller emotionella tillstånd genom design, exempelvis för att främja hälsosamma val, minska energiförbrukning eller förbättra lärande. Tekniken fungerar då som ett medel för att påverka attityder och beteenden i en önskad riktning.

Men alla former av övertalande design är inte etiskt försvarbara. Clausen et al. (2022) introducerar begreppet *controversial persuasive system design* för att beskriva de fall där PSD går över gränsen för vad som kan betraktas som legitim påverkan. De menar att det finns ett spektrum mellan etiskt godtagbar nudging och vilseledande manipulation. Det som kännetecknar de mer problematiska formerna är bland annat:

1. Att intentionen inte är transparent,
2. Att designen primärt gynnar systemets ägare,
3. Att det saknas alternativ eller tydlig information, samt
4. Att användarens autonomi undermineras.

Denna gråzon blir särskilt tydlig när samma designstrategi kan användas både i användarens och i systemägarens intresse. Ett vanligt exempel är förvalda alternativ (*eng.* preselection) - där ett val, som till exempel ett tillägg eller godkännande, är ikryssat i förväg och kräver aktiv handling för att avmarkeras (Brignull, 2023). Detta kan i ett sammanhang förenkla beslutsfattande, men i ett annat dölja kostnader eller skapa oavsiktliga köp. Det är då intentionen, transparensen och användarkontexten som avgör om det handlar om en etiskt godtagbar nudge eller ett deceptive pattern (Clausen et al., 2022; Gray et al., 2021).

För att tydliggöra de etiska och funktionella gränsdragningarna i designstrategier har vi, med inspiration från Clausen et al. (2022) och Mathur et al. (2021), utvecklat en figur som illustrerar ett spektrum av påverkan i digital design - från *etisk nudging* till *deceptive patterns*. Syftet är att visualisera hur olika typer av påverkan kan placeras längs en glidande skala, där gränserna mellan stödjande och manipulativ design ofta är flytande och kontextberoende (se Figur 2.1).



Figur 2.1: Spektrum av påverkan i digital design: från etisk nudging till deceptive pattern (inspirerad av Clausen et al., 2022; Mathur et al., 2021).

2.1.3 Deceptive patterns: definition och variation

Deceptive patterns kan förstås som en särskild form av kontroversiell PSD - där intentionen är affärsmässig snarare än användarcentrerad. Trots att begreppet *deceptive patterns* etablerats i både forskning och samhällsdebatt råder det fortfarande ingen enhetlig definition eller terminologi (Clausen et al., 2022; Mathur et al., 2021). Brignull (2023), som myntade termen *deceptive patterns*, har senare argumenterat för att uttryck som “deceptive” eller “manipulative” patterns är mer träffsäkra. Detta eftersom inte alla mönster nödvändigtvis bygger på vilseledning, utan vissa är snarare manipulativa. Till exempel, påverkar mönster som försvårar prenumurationsavslutning användare genom emotionell press eller utmattning snarare än att presentera felaktig information (Brignull, 2023). Denna distinktion betonar att vissa mönster styr användaren genom påverkan snarare än genom att vilseleda, vilket gör den mer precisa termen viktig särskilt i juridiska och etiska sammanhang.

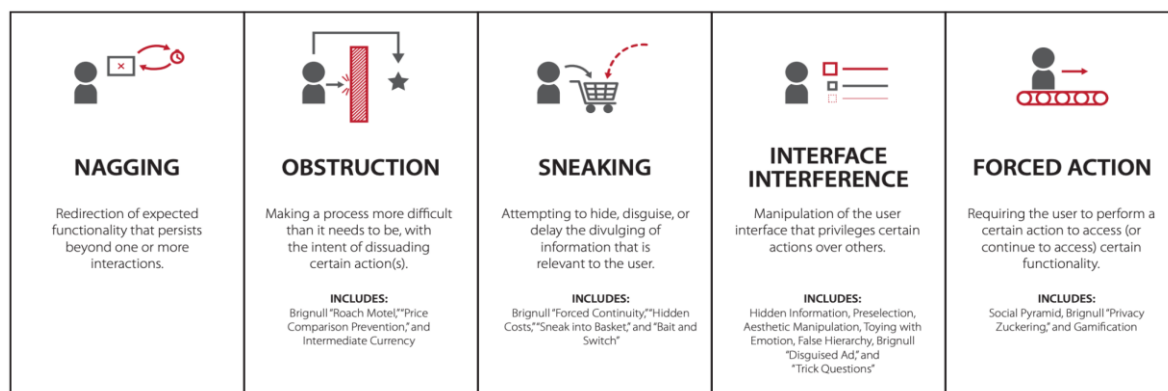
I litteraturen förekommer även alternativa benämningar såsom *dark patterns*, *harmful online choice architecture*, *sludge*, *dark nudges*, och det mer vardagliga uttrycket *asshole design* (Brignull, 2023; Gray et al., 2020). Denna terminologiska variation speglar både fenomenets mångfald och den osäkerhet som råder kring dess etiska, praktiska och funktionella gränsdragningar. Forskare betonar behovet av att tydligare avgränsa *deceptive patterns* från relaterade begrepp såsom *nudging*, *sludging* och *persuasive systems* (Clausen et al., 2022). I praktiken kan samma designmönster uppfattas olika beroende på användarens erfarenhet, förväntningar och medvetenhet, vilket ytterligare försvårar tydliga definitioner (Mathur et al., 2021).

Som ett bidrag till denna begreppsutredning föreslår Gray et al. (2018) att *deceptive patterns* bör förstås som designmönster som avsiktligt påverkar användare att fatta beslut som i första hand gynnar systemets ägare snarare än användaren själv. För att underlätta förståelsen av dessa mönster har de utvecklat en taxonomi baserad på 118 empiriska exempel. Gray et al.’s taxonomi identifierar fem huvudkategorier:

- *Nagging*: Upprepade eller störande gränssnittselement som påverkar användaren att ändra sitt beteende.
- *Obstruction*: Planterade hinder i användarflödet som försvårar vissa åtgärder, till exempel att avsluta en prenumeration.
- *Sneaking*: Dold eller fördröjd information, såsom gömda kostnader där extra avgifter läggs till i slutet av ett köpflöde.

- *Interface Interference*: Manipulativ användning av layout, färger eller språk för att styra användarens val, som exempel förvalda alternativ.
- *Forced Action*: Kräver att användaren genomför en oönskad handling för att kunna slutföra ett annat syfte, till exempel att skapa ett konto.

Varje huvudkategori delas in i ett antal mer specifika underkategorier, vilka ger en fördjupad bild av hur dessa mönster kan ta sig uttryck i praktiken (Gray et al., 2018). En visuell översikt av denna klassificering presenteras i Figur 2.2.



Figur 2.2: Kategorisering av deceptive patterns (Gray et al., 2018, s.534).

2.2 Interaktionsdesign och användarupplevelse

Human-Computer Interaction (HCI) är ett tvärvetenskapligt forskningsfält som syftar till att förstå samspelet mellan människor och digitala system, inte bara utifrån hur tekniken fungerar, utan också hur den upplevs. I centrum står interaktionsdesign, där målet är att skapa användarupplevelser som är meningsfulla, effektiva och känslomässigt positiva (Preece et al., 2015). I takt med att digitala användargränssnitt blivit en alltmer integrerad del av vardagslivet har också synen på vad som utgör en "bra" användarupplevelse förändrats. Funktion och effektivitet är fortfarande viktiga, men de räcker inte längre för att förstå hela upplevelsen (Hassenzahl & Tractinsky, 2006). För att fånga in de mer mänskliga aspekterna såsom känslor, motivation och sammanhang, lyfter Hassenzahl och Tractinsky (2006) fram tre perspektiv:

1. Beyond the instrumental

Interaktionsdesign har länge handlat om att göra digitala system användbara och effektiva för att hjälpa människor att lösa uppgifter på ett enkelt och snabbt sätt. Men det här sättet att se på design fokuserar nästan enbart på funktion och nytta. Perspektivet Beyond the instrumental utmanar detta synsätt och menar att design också bör ta hänsyn till djupare mänskliga behov. Det handlar om mer än att bara få saker gjorda. Användarupplevelser ska också ses som ett verktyg till att bidra till identitet, meningsskapande och känslan av kontroll. Hassenzahl och Tractinsky (2006) lyfter fram att sådana icke-funktionella kvaliteter är centrala för att skapa

positiva, engagerande och meningsfulla upplevelser. Design som enbart fokuserar på funktion riskerar att missa det som faktiskt gör en produkt intressant och värdefull att använda.

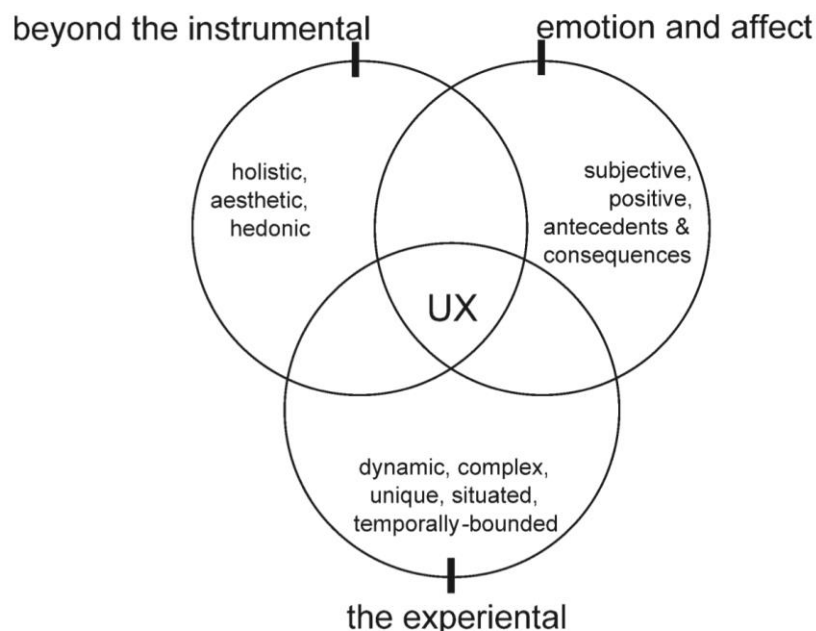
2. *Emotion and affect*

Det känslomässiga perspektivet sätter fokus på hur teknologi kan påverka människors emotionella tillstånd. I stället för att bara förebygga irritation eller frustration, betonas vikten av att designa för positiva upplevelser, som glädje, trygghet eller inspiration. Teknologin ses som något som kan bidra till välbefinnande, exempelvis genom att stärka relationer, skapa motivation eller stödja emotionell återkoppling. Känslor uppfattas här både som något som påverkar teknikens användning och som ett mål i sig för interaktionsdesign.

3. *The experiential*

Det upplevelsebaserade perspektivet ser användning av teknik som en temporär, situationsberoende händelse där flera faktorer samverkar: användarens mål och känslotillstånd, produktens egenskaper och den omgivande miljön. Här betonas inte enskilda funktioner eller känslor, utan helheten i hur upplevelsen utvecklas över tid. Det handlar om att skapa förutsättningar för meningsfulla, minnesvärda stunder snarare än att kontrollera exakt vad användaren ska känna. Designerns roll blir därför att förstå vilka villkor som formar upplevelser och hur dessa kan påverkas utan att försöka styra dem helt.

Tillsammans ger dessa tre perspektiv en djupare förståelse för hur användare förhåller sig till digitala användargränssnitt, inte bara som verktyg, utan som upplevelser som påverkar känslor, värderingar och beteende. Perspektiven återspeglas i följande figur (figur 2.3).



Figur 2.3: Tre perspektiv i användarupplevelsen (Hassenzahl & Tractinsky, 2006, s.95).

Med dessa tre perspektiv som grund blir det tydligt att interaktionsdesign inte enbart handlar om funktionalitet, utan också om att skapa upplevelser som är känslomässigt positiva, etiskt hållbara och anpassade till användarens sammanhang. Preece et al. (2015) introducerar två närliggande koncept inom HCI som ytterligare belyser detta:

- *Emotionell interaktion* (eng. Emotional interaction) syftar på hur teknologier utformas för att väcka känslomässiga responser hos användaren. Detta kan handla om att skapa glädje, nyfikenhet eller trygghet, men också om att undvika frustration eller stress.
- *Övertalande teknik* (eng. Persuasive technology) refererar till interaktiva system som utformas med syftet att påverka användarens beteende eller attityder. Detta kan ske genom subtila designval, som exempelvis att föreslå "bästa alternativet" eller framhäva vissa val framför andra. Tekniken kan användas i både positiva syften, såsom att främja hälsa, men också i mer problematiska sammanhang, till exempel för att försvåra uppsägning av en prenumeration eller dölja kostnader.

Deceptive patterns kan förstås som en medveten feltillämpning av etablerade principer inom interaktionsdesign, där designstrategier som normalt syftar till att stödja användaren, istället används för att manipulera (Gray et al., 2018; Preece et al., 2015). Genom att anamma koncept från övertalande teknik, där målet är att påverka användarens beteende genom design, skapas gränssnitt som utnyttjar snarare än stärker användarens förmåga att fatta informerade beslut. Preece et al. (2015) lyfter att emotionell interaktion är en viktig del av användarupplevelsen, och att känslor som glädje, tillfredsställelse och förtroende bör stå i centrum. När deceptive patterns istället väcker känslor av förvirring, skuld eller frustration bryts denna balans. Användarens upplevelse påverkas både på ett upplevelsemässigt och emotionellt plan, vilket underminerar centrala UX-mål som engagemang, tillit och meningsfullhet (Preece et al., 2015). Där övertalande tekniker kan användas för att främja beteendeförändring i positiv riktning - visar deceptive patterns hur samma principer kan riktas mot användaren. På så vis undergräver de inte bara användarens autonomi, utan också HCI:s etiska grundidé: att design ska stödja människan, inte utnyttja (Preece et al., 2015).

Denna typ av upplevelsemässig manipulation har också visat sig få tydliga konsekvenser i empiriska studier, där användare inte bara känner sig vilseledda utan även utvecklar negativa attityder gentemot själva gränssnittet (Witte et al., 2023). I linje med HCI:s fokus på meningsfull interaktion mellan människa och system visar Witte et al. (2023) att användare som uppfattar ett gränssnitt som manipulerande tenderar att värdera både designen och sin totala upplevelse som avsevärt sämre. Dessa reaktioner kan förstås i kontext av teorier kring kommunikativa principer, där upplevelsen av manipulation uppstår när information exempelvis är otydlig, onödigt omfattande eller när viktiga delar undanhålls. Sådana avvikelser från vad användaren uppfattar som ärlig och transparent kommunikation ger upphov till negativa emotionella responser såsom känslor av tillit ersätts av misstro, och upplevelsen präglas av osäkerhet snarare än kontroll (Preece et al., 2015; Witte et al., 2023).

Även om användarupplevelsen påverkas negativt av deceptive patterns, tycks graden av påverkan variera. Witte et al. (2023) visar att användare med mindre vana av e-handel i högre grad upplever manipulation, vilket kan tyda på att upprepad exponering leder till en form av

tolerans (en habituerings-effekt) som försvagar användarens emotionella och kritiska respons över tid. Att användare upplever dessa mönster som problematiska bekräftas även i andra studier. Gunawan et al. (2021) visar, i likhet med Witte et al. (2023), att deceptive patterns ofta väcker känslor av irritation, frustration och bristande förtroende. Användarna tolkar mönstren som försök att manipulera snarare än vägleda, något som direkt underminerar känslan av autonomi och förtroende. Det är inte nödvändigtvis själva funktionerna i gränssnittet som väcker motstånd, utan snarare upplevelsen av att bli styrd mot beslut man inte själv valt. När användare misstänker att designen är framtagen för att gynna företagets intressen snarare än deras egna, påverkas hela interaktionen negativt (Gunawan et al., 2021).

Det är emellertid inte alltid medveten insikt som ligger till grund för de negativa reaktioner som deceptive patterns väcker. Användare kan påverkas i hög utsträckning även utan att uppfatta designens bakomliggande intentioner som manipulerande. Detta pekar på en mer subtil form av påverkan, där effekterna uppstår trots avsaknad av explicit igenkänning, en aspekt som ytterligare försvårar möjligheten till kritisk reflektion och motstånd (Bhoot et al., 2020). I sådana fall reduceras inte enbart användarens upplevelse, utan även den upplevda autonomin.

2.3 Användarens medvetenhet och tolkning

Användarmedvetenhet kring deceptive patterns är ett komplext och delvis motsägelsefullt forskningsfält. Trots att termen har vunnit insteg i både akademisk litteratur och samhällsdebatt (Brignull, 2023; Gray et al., 2020), tyder mycket på att medvetenheten bland användare fortfarande är begränsad, åtminstone i formell mening. Enligt Bhoot et al. (2020) var det endast 15 % av respondenterna i deras studie som kände till termen deceptive pattern, vilket antyder att majoriteten av användarna saknar ett etablerat begreppsligt ramverk för att identifiera eller artikulera manipulativ design. Detta innebär dock inte att användarna är helt omedvetna, snarare pekar Bhoot et al. (2020) på att upplevelsen av manipulation ofta sker på en implicit eller känslomässig nivå.

Bongard-Blanchy et al. (2021) bekräftar också att många användare kan känna misstänksamhet eller frustration i mötet med vissa designval, trots att de inte har ett språk för att beskriva dem som deceptive patterns. Denna typ av reaktion, grundad i irritation, misstro eller obehag, utgör en viktig men ofta underskattad dimension av användarmedvetenhet. Dock har tidigare studier i hög grad fokuserat på om användare "kan identifiera" specifika mönster, snarare än att utforska den subjektiva upplevelsen eller reflektionen kring varför något känns fel (Bhoot et al., 2020; Bongard-Blanchy et al., 2021). Detta öppnar för ett metodologiskt problem: att likställa igenkänning med förståelse, eller frånvaro av korrekt etikettering med faktisk omedvetenhet.

Dessutom visar forskningen att vissa typer av deceptive patterns är betydligt enklare att känna igen än andra. Mönster som "confirm shaming" (*att skuldbelägga användare som tackar nej*) eller "false urgency" (*falska nedräkningar som "Endast 5 minuter kvar på erbjudandet!" - men som återställs varje gång sidan laddas om*) tenderar att uppfattas som vilseledande av en majoritet av användare, medan andra som "trick questions" (*formuleringar i t.ex. formulär*

som är medvetet förvirrande, vilket gör att användaren klickar fel av misstag.) eller “hard to cancel”-strukturen (*enkelt att gå med i en tjänst, men svårt att ta avregistrera sig*) ofta passerar obemärkta (Bhoot et al., 2020; Bongard-Blanchy et al., 2021; Brignull, 2023). Det väcker frågan om användarmedvetenhet i praktiken inte bara är en fråga om kognitiv förmåga, utan även om kontext, erfarenhet och designens subtilitet. Begreppet “*dark-pattern blindness*”, introducerat av Gunawan et al. (2021), syftar till denna form av kognitiv blindhet, där användare inte förmår identifiera manipulativa mönster, trots att de ibland påverkas av dem. Än mer anmärkningsvärt är att även forskare haft svårt att klassificera mönster konsekvent, vilket belyser hur begreppslig och empirisk tydlighet fortfarande saknas inom området.

Flera faktorer har identifierats som påverkande för igenkänning: yngre ålder, högre utbildning och vana vid digitala miljöer verkar öka benägenheten att identifiera vilseledande design (Bongard-Blanchy et al., 2021). Men också designens egen karaktär, såsom visuell tydlighet, förekomstfrekvens, upplevd frustration och förtroende för varumärket, har visat sig spela roll (Bhoot et al., 2020). Samtidigt riskerar mycket av denna forskning att överfokusera på individens förmåga, snarare än att ta hänsyn till sociala och kulturella normer som formar tolkningen av vad som anses vara “legitim” designpraxis.

Slutligen, även när användare misstänker manipulation, är det inte självklart att de agerar utifrån den känslan. Istället uppstår ofta en form av resignation. Bongard-Blanchy et al. (2021) diskuterar hur vissa användare uttrycker en slags acceptans inför vilseledande design, med motiveringen att “det är så det funkar online” eller att tjänstens nytta väger tyngre än obehaget. Denna pragmatiska inställning kan tolkas både som en strategi för att hantera digital stress, men också som en indikation på att användarens autonomi successivt undermineras i en miljö där deceptive patterns blivit norm snarare än undantag.

Trots ökad uppmärksamhet i populärpress, akademi och policy - inte minst genom EU:s regulatoriska insatser - visar fakta att 97 % av de populära digitala tjänsterna i EU fortfarande använder minst ett vilseledande mönster (Brignull, 2023; Fansher et al., 2018; Gray et al., 2020; Lupiáñez-Villanueva et al., 2022). Detta tyder på att ökad exponering inte nödvändigtvis leder till ökad motståndskraft och att insiktsfull användarmedvetenhet fortfarande är långt ifrån allmän. Samtidigt väcker detta behov av att bättre förstå användarens subjektiva gränsdragningar: när uppfattas påverkan som hjälpsam och när som manipulation?

2.4 Teknisk acceptans och upplevd användbarhet

Trots att deceptive patterns ofta kritiserats för att manipulera användare, är det inte ovanligt att dessa mönster ändå accepteras i vissa sammanhang. Användare fortsätter att interagera med användargränssnitt som innehåller vilseledande element, ibland utan att ifrågasätta dem, trots att de upplevs som problematiska (Bhoot et al., 2020). Denna paradox väcker centrala frågor om hur acceptans uppstår och vad acceptansen egentligen säger om användarens upplevelse och autonomi.

2.4.1 Acceptans bortom användbarhet

Forskning om teknikacceptans har länge belyst hur upplevelser av nytta och användarvänlighet påverkar viljan att ta till sig nya system, ett förhållande som ofta har undersökts med hjälp av *Technology Acceptance Model* (TAM). Två centrala faktorer har särskilt lyfts fram: i vilken grad ett system upplevs som användbart, och hur enkelt det är att förstå och använda (Davis, 1989). Ett sätt att förtydliga dessa aspekter är genom de tre komponenterna ändamålsenlighet, effektivitet och tillfredsställelse, som tillsammans utgör definitionen av användbarhet enligt ISO 9241–11:2018 (International Organization for Standardization, 2018). Enligt standarden handlar användbarhet inte bara om att ett system uppnår funktionalitet, utan även att detta sker korrekt och med ett positivt utfall för användaren (International Organization for Standardization, 2018).

För att sätta detta i kontext till vilseledande mönster kan exempelvis ett designmönster som preselection (förvalda alternativ) uppfattas som bekvämt, eftersom det minskar behovet av aktivt beslutsfattande. Samtidigt är det ofta så att det förvalda alternativet inte gynnar användaren själv, utan snarare företagets intressen. Detta illustrerar hur något som upplevs som lätt att använda, också kan bidra till att val sker utan användarens fulla medvetenhet. Här visar sig en kritisk spänning mellan högre effektivitet och underminerad tillfredsställelse. Ett gränssnitt kan upplevas som lätt att använda och effektivt i att det för användaren mot ett mål, men ändå skapar negativa emotionella reaktioner som frustration, misstro eller känslan av att ha blivit styrd (Witte et al., 2023). ISO:s bredare förståelse av användbarhet lyfter här en viktig svaghet i många teknikacceptansmodeller såsom TAM: ett system kan vara tekniskt användbart, men samtidigt upplevas som etiskt problematiskt eller manipulativt. Detta kan innebära att acceptans inte nödvändigtvis speglar en positiv användarupplevelse även om den är lätt att använda, utan kan bero på att användaren omedvetet leds mot ett visst val genom subtila designelement. Därmed väcks frågan om vad användaracceptans faktiskt representerar.

Det finns en risk att användare accepterar en designlösning utan att ifrågasätta dess konsekvenser, just eftersom systemet framstår som smidigt och effektivt. En sådan acceptans behöver dock inte nödvändigtvis spegla ett informerat eller autonomt val, vilket visar på en viktig begränsning i att enbart fokusera på funktionella aspekter.

2.4.2 Normativ och etisk acceptans

Eftersom ett rent tekniskt perspektiv inte fångar hela bilden av varför användare accepterar eller reagerar negativt på ett system, behöver även normativa och etiska aspekter beaktas. Användare kan nämligen ha moraliska invändningar mot ett gränssnitt, även om det tekniskt sett fungerar väl och är lättanvänt.

Här erbjuder teorier som *Value Sensitive Design* (VSD) (Friedman et al., 2006) och *Ethics of Persuasive Systems* (Berdichevsky & Neuenschwander, 1999) viktiga verktyg. VSD är en metod för att integrera mänskliga värden såsom autonomi, rättvisa och tillit i hela designprocessen. Syftet är att skapa teknik som inte bara är funktionell utan även upplevs som etiskt försvarbar och meningsfull i användarens vardag (Friedman, Kahn and Borning, 2006).

Vidare fokuserar Ethics of Persuasive Systems på teknologier som avsiktligt utformats för att påverka användares attityder och beteenden. I sådana fall blir det särskilt viktigt att granska om påverkan sker på ett transparent och etiskt godtagbart sätt, eller om den glider över i manipulation.

Genom att kombinera VSD:s fokus på mänskliga värden (Friedman, Kahn, Jr., and Borning, 2006) och etiken inom persuasiv teknologi som betonar autonomi och transparens (Berdichevsky and Neuenschwander, 1999; Friedman, Kahn, Jr., and Borning, 2006) kan vi få en mer helhetlig syn på användaracceptans som kompletterar synen på acceptans som enbart baseras på funktionella aspekter (Davis and Granić, 2024). Detta bredare perspektiv är viktigt för att skapa teknologier som inte bara är användbara utan också etiskt försvarbara och leder till långsiktig acceptans baserad på förtroende och informerat deltagande.

2.5 Reglera det osynliga

2.5.1 Etiken

Under senare år har etiken bakom användandet av deceptive patterns blivit föremål för alltmer betydande debatt (Nouwens et al., 2020). Nya lagar såsom General Data Protection Regulation (GDPR), Digital Services Act (DSA) och Digital Markets Act (DMA) har riktat fokus mot behovet av ökad transparens, användarkontroll och ansvarstagande inom digitala användargränssnitt (Brignull, 2023). Dessa regelverk pekar på en växande medvetenhet om hur gränssnittsdesign kan påverka individers beteenden och beslut, ibland på ett sätt som underminerar människans autonomi.

I en studie av Gray et al. (2018) diskuteras hur deceptive patterns ofta uppstår i skärningspunkten mellan företags ekonomiska mål och användarens rätt till transparens och kontroll. De argumenterar för att dessa mönster inte enbart bör ses som designproblem, utan också som grund för djupare etiska konflikter inom UX-praktiken. Författarna pekar på att det saknas en gemensam etisk infrastruktur inom UX-fältet, liknande den som finns inom exempelvis ingenjörskunskap eller vårdyrken, där formell etikutbildning och tydliga kodexar är etablerade. Många metoder och forskningsansatser som berör etik inom HCI har historiskt sett varit fokuserade på utveckling av akademisk kunskap snarare än på vardagliga, kommersiella UX-designen (Gray et al., 2018). Trots ett ökat intresse för etik inom både HCI och UX saknas det enligt Gray et al. (2018) en bred etisk medvetenhet och tydligt beslutsfattande i professionell designpraktik. I avsaknad av formella strukturer blir det upp till den enskilda designern att själv navigera mellan etiska överväganden och kommersiella eller organisatoriska mål, ofta utan tillgång till praktiskt tillämpbara verktyg eller riktlinjer.

Så vad är lösningen? Gray et al. (2018) betonar att etiska överväganden inom UX-design inte bör reduceras till externa regelverk eller universella riktlinjer, utan snarare förstås som en del av designerns kontinuerliga, professionella omdöme. I detta sammanhang introducerar författarna begreppet "designkaraktär" (*eng. design character*), som innebär att varje designer

bär ett personligt ansvar för de beslut som fattas under designprocessen. Etik blir därmed inte något som sker vid sidan av det praktiska arbetet, utan en integrerad del av varje enskilt val, särskilt i situationer där kommersiella mål kan stå i konflikt med användarens intressen.

För att stödja ett sådant förhållningssätt argumenterar Gray et al. (2018) vidare för behovet av etikutbildning som är praktiskt användbar i yrkesutövningen. Författarna menar att detta är särskilt viktigt för att säkerställa att framtida generationer av designers tar sitt ansvar på allvar i utformningen av digitala tjänster och de samhällsfunktioner som dessa påverkar.

2.5.2 Lagar och reglering

I takt med att användares digitala rättigheter fått ökad uppmärksamhet har även lagstiftningen börjat ta hänsyn till designens påverkan på beteendet. Ett exempel är den europeiska DSA, som trädde i kraft 2022 (Europeiska unionen, 2022). DSA syftar till att skapa en säkrare och mer transparent digital miljö inom EU. Förordningen förbjuder digitala plattformar från att utforma gränssnitt på ett sätt som vilseleder eller manipulerar användare, särskilt i situationer där användaren behöver fatta informerade beslut (Europeiska unionen, 2022). Även om begreppet deceptive patterns inte används explicit i lagtexten, omfattas många sådana mönster indirekt genom krav på transparens, användarkontroll och etisk design.

En annan relevant lag som trädde i kraft 2016 är GDPR (European Union, 2016). GDPR är EU:s dataskyddsförordning (EU) 2016/679, som syftar till att skydda individers personuppgifter och stärka deras rättigheter. Förordningen ställer krav på hur företag och organisationer hanterar personuppgifter och gäller inom hela EU (European Union, 2016). I förhållande till GDPR argumenterar Nouwens et al. (2020) att användningen av deceptive patterns direkt underminerar principen om frivilligt och informerat samtycke - en grundläggande princip inom förordningen. Studien visar hur vilseledande designval, såsom att utelämna en tydlig knapp för att neka datainsamling ("avvisa alla") eller placera nekande alternativ bakom flera klick, påverkar användarnas beslut gällande samtycke till insamling och behandling av deras personuppgifter. När knappen för att neka all datainsamling togs bort från första sidan ökade andelen som samtyckte med 22–23 procentenheter. Något Nouwens et al. (2020) menar går emot GDPR, då samtycket i sådana fall inte längre kan betraktas som genuint frivilligt.

Utöver lagstiftning på EU-nivå har även några europeiska nationella myndigheter tagit egna initiativ för att motverka vilseledande designpraxis. Exempelvis har nederländska Authority for Consumers & Markets och franska Commission Nationale de l'Informatique et des Libertés (CNIL) publicerat vägledningar som betonar vikten av rättvis online valarkitektur och att gränssnittsdesign bör ses som ett centralt verktyg i implementeringen av regleringar som GDPR (Lupiáñez-Villanueva et al., 2022). CNIL går ett steg längre och föreslår även så kallade "*retro-design programmes*" för att systematiskt undersöka hur vilseledande mönster används i existerande tjänster (Lupiáñez-Villanueva et al., 2022). Detta pekar på en växande institutionell insikt om behovet av proaktiv tillsyn, men också på svårigheten att juridiskt definiera var gränsen går mellan tillåten påverkan och otillbörlig manipulation.

2.6 Teoretisk resultat

Design som påverkan: från stöd till manipulation

Design kan både vägleda och manipulera användare. Begrepp som Nudging och Persuasive System Design visar hur digitala användargränssnitt kan påverka människors beslut, ibland till deras fördel, ibland för att gynna företagets intressen. Skillnaden ligger i avsikten och graden av öppenhet. Gränsen mellan hjälpare och vilseledande design är ofta oklar och beror på sammanhanget. Trots att termen deceptive patterns används flitigt finns det ingen enhetlig definition, och den blandas ofta ihop med närliggande begrepp.

UX bortom funktion

En god användarupplevelse handlar inte bara om funktionalitet utan också om känslor, mening och sammanhang. Deceptive patterns riskerar att väcka irritation, förvirring och misstro. Känslor som strider mot UX-principer om transparens, tillit och kontroll. Här speglar perspektiven beyond the instrumental, emotion and affect och experiential en övergripande förståelse för hur design påverkar användarens känslomässiga, kognitiva och etiska upplevelse i interaktionen med digitala gränssnitt.

Användarmedvetenhet

Trots ökad diskussion om deceptive patterns är användarmedvetenheten ofta låg. Användare kan känna sig påverkade utan att veta varför, vilket tyder på att påverkan sker på ett mer intuitivt plan. Faktorer som vana, utbildning och kontext påverkar igenkänningen, men också acceptansen. Vissa användare resignerar helt enkelt inför en upplevd norm i digitala miljöer.

Acceptans bortom användbarhet

Ett system kan upplevas som enkelt och effektivt, men ändå väcka frustration eller misstro. Traditionella modeller för teknikacceptans fokuserar på funktionalitet, men förbiser hur subtil design kan styra användaren utan deras medvetenhet. Förvalda alternativ kan kännas smidiga, men samtidigt underminera autonomi. Därför speglar acceptans inte alltid ett informerat eller positivt val.

Etik och lagstiftning

Designers förväntas ta ett professionellt ansvar - men utan tydliga etiska riktlinjer är det svårt, särskilt eftersom gränsen mellan stödjande och vilseledande design ofta är otydlig. Vad som uppfattas som deceptive varierar med kontext och användarens perspektiv, vilket gör det svårt att dra en tydlig gräns. UXPA:s etiska principer ger viss vägledning, och lagar som GDPR och DSA sätter juridiska ramar för påverkan. Trots detta används deceptive patterns fortfarande i stor utsträckning, vilket visar på behovet av både starkare normer och praktiskt etiskt stöd i designarbetet.

Tabell 2.1: Teoretisk resultatmodell

Område	Nyckelbegrepp	Referens
Från nudge till deceptive patterns	• Nudging och Digital nudging • Persuasive Design System (PSD) och kontroversiell PSD • Deceptive pattern's definition, taxonomi och intentioner	Thaler & Sunstein, 2008 Schneider et al., 2018 Torning & Oinas-Kukkonen, 2009; Clausen et al., 2022 Brignull, 2023; Gray et al., 2018; Mathur et al., 2021
Användarupplevelse	• Human-Computer Interaction (HCI) • UX-perspektiv: Beyond the instrumental, emotion and affect, experience • Emotionell interaktion och övertalande teknik • UX-etik	Preece et al., 2015 Hassenzahl & Tractinsky, 2006 Witte et al., 2023 Gray et al., 2018 Gunawan et al., 2021 Bhoot et al., 2020
Användarens medvetenhet	• Implicit och explicit igenkänning • Dark-pattern blindness • Resignation	Bhoot et al., 2020 Bongard-Blanchy et al., 2021 Gunawan et al., 2021
Användaracceptans	• Teknisk acceptans: användbarhet och effektivitet • Normativ och etisk acceptans • Tekniskt perspektiv kontra värdebaserade bedömningar	Davis, 1989 ISO 9241-11:2018 Friedman et al., 2006 Berdichevsky & Neuenschwander, 1999 Witte et al., 2023

Etik och lagar	• Designkaraktär och professionellt ansvar • Juridiska och normativa gränsdragningar • GDPR, DSA och nationella riktlinjer	Nouwens et al. (2020) EU (DSA) (2022) European Union (2016) Lupiáñez-Villanueva et al. (2022)
----------------	--	---

3 Metod

För att besvara studiens forskningsfråga krävdes att den tidigare presenterade teorin kompletterades med empiriska data. Eftersom forskningsfrågan syftar till att fånga användarens subjektiva upplevelser och tolkningar i ljuset av experters åsikter, har vi valt en kombination av kvantitativ och kvalitativ metod, vilket möjliggör både bredd och djup i datainsamlingen.

3.1 Litteraturundersökning

För att skapa en teoretisk grund för studien och få en bred förståelse för ämnet genomfördes en systematisk litteraturundersökning. Målet var att identifiera centrala begrepp, relevanta perspektiv och etablerade ramverk som belyser användares uppfattning av deceptive patterns i digitala gränssnitt.

Litteraturinsamlingen genomfördes via databaserna Google Scholar, AIS Electronic Library (inkl. ICIS-konferenser från 2023 och framåt), LUBsearch, Scopus. Dessa databaser valdes för sin akademiska kvalitet och tillgång till granskad forskning inom informatik, interaktionsdesign och användarbeteende.

Urvalet av litteratur baserades på tre huvudkriterier:

- **Relevans:** Alla källor valdes utifrån deras koppling till studiens ämne – särskilt fokus lades på forskning om digital påverkan, nudging, persuasive systems och deceptive patterns.
- **Kvalitet:** Samtliga vetenskapliga artiklar är peer-reviewade och publicerade i välrenommerade tidskrifter eller konferenser.
- **Inflytande:** Artiklar med högt antal citeringar prioriterades för att säkerställa att de varit tongivande inom sina respektive fält.

Litteraturen täcker både etablerade teoretiska ramverk (till exempel nudging, persuasive system design, HCI, Value Sensitive Design) och nyare forskning om användarens medvetenhet och tolkning av manipulerande gränssnitt. Även juridiska och etiska perspektiv har inkluderats för att rama in de samhälleliga konsekvenserna av deceptive patterns.

3.2 Enkätundersökning - användarperspektivet

En webbaserad enkätundersökning valdes som en huvudsaklig metod för att fånga in användarnas upplevelser och attityder till olika former av deceptive patterns. Denna metod möjliggör insamling av data från ett större antal respondenter och ger därmed en bredare bild av användarnas erfarenheter och uppfattningar, något som är centralt för denna studies fokus på användarperspektivet. Oates (2006) lyfter fram att enkäter är särskilt användbara när man vill identifiera mönster och variationer i människors attityder och erfarenheter över en bredare population, särskilt när forskaren är intresserad av att få en överblick snarare än djupgående insikt. Frågekonstruktionen utgick från riktlinjer publicerade av Statistiska centralbyrån (SCB), där Persson et al. (2016) betonar vikten av att frågor ska vara begripliga, tolkas enhetligt, hållas korta utan att förlora sitt syfte, samt mäta det som faktiskt avses att undersökas.

För att minska risken för hypotetisk distans, det vill säga skillnaden mellan respondenters svar på hypotetiska frågor och koncept och deras faktiska reaktioner i konkreta situationer, använde vi scenariobaserade frågor. Dessa scenarier baserades på de typer av deceptive patterns som enligt Lupiáñez-Villanueva et al. (2022) är bland de vanligaste förekommande i digitala tjänster inom EU. Såsom gömda kostnader, förvalda alternativ och svårt att avsluta prenumera (Lupiáñez-Villanueva et al., 2022).

3.2.1 Urval

Enkäten distribuerades via öppna kanaler och sociala nätverk, vilket innebär att urvalet inte är statistiskt representativt. Detta var dock inte syftet. Målet var i stället att fånga en mångfald av röster kring hur användare tolkar användargränssnitt som balanserar mellan påverkan och manipulation. Enkäten postades bland annat på LinkedIn, läroplattformar, Facebook-grupper och andra sociala nätverk. Eftersom enkäten var formulerad på svenska riktades urvalet i praktiken mot svensktalande användare.

Enkäten innehöll både slutna frågor för att samla in strukturerade data och öppna frågor som gav respondenterna möjlighet att själva formulera sina tankar. Styrkan med öppna svarsalternativ är att de inte är avgränsade till frågekonstruktörens syn på saken, utan kan bidra med ett kvalitativt inslag och fånga upp nyanserade reflektioner som annars riskerar att gå förlorade i en strikt kvantitativ design (Persson et al., 2016).

Eftersom det rörde sig om en webbaserad enkät valde vi att främst använda slutna svarsalternativ. Slutna frågor är enklare att besvara, kräver mindre ansträngning och ökar därmed chansen till högre svarsfrekvens (Persson et al., 2016).

Vi är medvetna om att självrekrytering i kombination med webbenkäter kan innebära en viss bias, där personer med hög digital vana är överrepresenterade. Samtidigt bedömer vi att detta inte nödvändigtvis är ett problem i just denna studie, då det är just dessa grupper som sannolikt har mest erfarenhet av digitala gränssnitt och därmed störst möjlighet att känna igen och reflektera kring deceptive patterns.

Vi övervägde även att genomföra användarintervjuer för att fånga mer djupgående insikter. Men eftersom vår forskningsfråga rör hur användare generellt uppfattar olika typer av deceptive patterns, snarare än att fördjupa sig i enskilda fall, bedömde vi att en enkät var mer lämplig. Den möjliggjorde att fler deltagare kunde nås och att samla in både kvantitativa och kvalitativa data genom en kombination av slutna och öppna frågor. Enkäten gav därmed en bredare och mer övergripande bild av hur designmönster upplevs, vilket vi ansåg mer relevant för studiens syfte än ett mindre antal användarintervjuer.

Deltagandet var helt frivilligt och anonymt.

3.2.2 Validitet och reliabilitet

Validitet handlar om i vilken utsträckning studiens resultat verkligen speglar det som avsetts att undersökas (Oates, 2006). För att stärka innehållsvaliditeten har enkäten utformats utifrån de mest använda och etablerade typer av deceptive patterns. Scenarierna utformades för att fånga både användarens kognitiva bedömning och emotionella reaktioner.

Begreppsvaliditeten säkerställdes genom att frågorna knyter an till studiens teoretiska begrepp, såsom användarens upplevelse av hjälpsamhet, neutralitet och manipulation. Extern validitet stärks av att enkäten spridits till en bredare grupp av användare med varierande bakgrund, även om resultaten främst generaliseras till vuxna svensktalande internetanvändare.

Reliabilitet avser studiens förmåga att producera stabila och konsekventa resultat över tid (Oates, 2006). För att öka reliabiliteten har enkätens frågor formulerats på ett tydligt och neutralt sätt för att minimera risken för missförstånd.

Innan datainsamlingen genomfördes en pilotstudie (provundersökning) i enlighet med SCB:s (Persson et al., 2016) rekommendationer, för att säkerställa frågornas tydlighet och relevans. Nya frågeformulär bör alltid testas, särskilt om frågorna inte använts tidigare (Persson et al., 2016). Pilotstudien genomfördes med personer som motsvarar den tänkta målgruppen, vilket gav värdefull återkoppling på hur frågorna tolkades. Utifrån detta kunde vissa formuleringar förtydligas innan enkäten distribuerades i större skala.

Alla respondenter fick samma scenarier och påståenden presenterade i samma ordning och form, vilket minskar risken för variationsfel vid datainsamlingen. Eftersom enkäten utformades för att mäta användarens spontana bedömning av digitala gränssnitt kan viss variation i svaren förväntas.

För att ytterligare minska risken för bias valde vi att inte explicit kommunicera att studien handlade om deceptive patterns. I stället marknadsfördes enkäten som en studie om designlösningar i digitala användargränssnitt. Syftet med detta tillvägagångssätt var att säkerställa att deltagarna inte gick in i enkäten med förutfattade meningar eller en alltför kritisk inställning till de scenarier de skulle utvärdera.

Samtidigt var det viktigt att upprätthålla en etiskt hållbar informationshantering. Persson et al. (2016) betonar vikten av att deltagare får tydlig information om frivillighet, anonymitet, sekretess och praktiska aspekter - något vi var noga med att säkerställa. Det enda som

medvetet utelämnades var studiens exakta syfte, vilket motiveras av Oates (2006), som menar att det i vissa fall är metodologiskt försvarbart att inte avslöja hela syftet om sådan information riskerar att påverka deltagarnas naturliga beteende och därmed studiens resultat. Genom att informera deltagarna om allt annat som rörde deras medverkan, men undanhålla det specifika temat deceptive patterns, skapades bättre förutsättningar för spontana och opåverkade reaktioner. Detta stärker i sin tur studiens reliabilitet.

3.2.3 Utformning av enkäten

Enkäten bestod av tre huvudsakliga sektioner, utformade enligt rekommendationer från Persson et al. (2016), som betonar vikten av att frågeformulär struktureras i tydliga och logiska avsnitt. Den inledande delen fokuserade på bakgrundsfrågor såsom ålder, kön, utbildningsnivå och digital vana. Dessa frågor placerades medvetet först, då författarna framhåller att enkäter bör inledas med enkla och snabbsvarade frågor för att väcka engagemang och öka respondentens motivation att slutföra formuläret.

Ett ytterligare syfte med dessa bakgrundsfrågor var att undersöka om upplevelsen av deceptive patterns skiljer sig mellan olika grupper. Som tidigare nämnts visar forskning att exempelvis yngre ålder, högre utbildning och vana vid digitala miljöer kan öka benägenheten att identifiera vilseledande design (Bongard-Blanchy et al., 2021).

Den andra delen av enkäten bestod av tre scenariobaserade moment som illustrerade olika typer av deceptive patterns (se Tabell 3.1). Närmare bestämt gömda kostnader, förvalda alternativ och svårt att avsluta prenumeration, som tidigare nämnts enligt Lupiáñez-Villanueva et al. (2022) tillhör de vanligaste förekommande i digitala tjänster inom EU. Vid varje scenario presenterades en bild för att illustrera det aktuella designmönstret. Bilderna togs fram med hjälp av ChatGPT:s bildgenereringsfunktion där vi bad AI-motorn att illustrera dessa mönster som om de funnits på en hemsida. Vi valde att generera bilderna med AI för att skapa neutrala och realistiska exempel utan koppling till verkliga företag. Detta var ett medvetet val för att minska bias, känslomässig påverkan och igenkänningseffekter hos respondenterna som kunde påverka svaren.

Tabell 3.1: Kategorisering av scenario deceptive patterns enligt Gray et al. (2018), ramverk som återfinns i 2.1.3.

Scenario	Deceptive Pattern	Kategorisering av deceptive patterns (Gray et al., 2018).
1	Gömda kostnader (Hidden costs)	 SNEAKING

2	Förvalda alternativ (Preselection)	 INTERFACE INTERFERENCE
3	Svårt att avsluta (Hard to cancel)	 OBSTRUCTION

Till varje scenario ställdes ett antal frågor anpassade till det specifika mönstret. Frågorna berörde tre huvudteman: huruvida designen upplevdes som etiskt försvarbar, i vilken grad användaren upplevde designen som manipulativ eller hjälpsam (bedömt på en skala), samt om användaren i framtiden skulle vara benägen att använda en tjänst som tillämpar liknande design. Denna kombination av bedömning och attitydfrågor syftade till att fånga både kognitiva och emotionella reaktioner på den presenterade designen.

I enkätens tredje och avslutande del ställdes mer generella frågor med koppling till de tidigare scenarierna. Respondenterna ombads bland annat att ange om de kände igen liknande designlösningar från tidigare erfarenheter, ta ställning till ett antal påståenden, samt beskriva i fritext om de upplevt någon av designlösningarna som särskilt smarta eller hjälpsamma. De erbjöds även möjlighet att lämna övriga kommentarer kopplade till scenarierna. Fritextfrågorna var frivilliga att besvara, dels för att underlätta för deltagarna som inte hade tid eller lust att ge mer utvecklade svar. Samtidigt har detta sina nackdelar då detta innebär en risk att få in färre kvalitativa svar och därmed minskad chans att få mer djupgående svar.

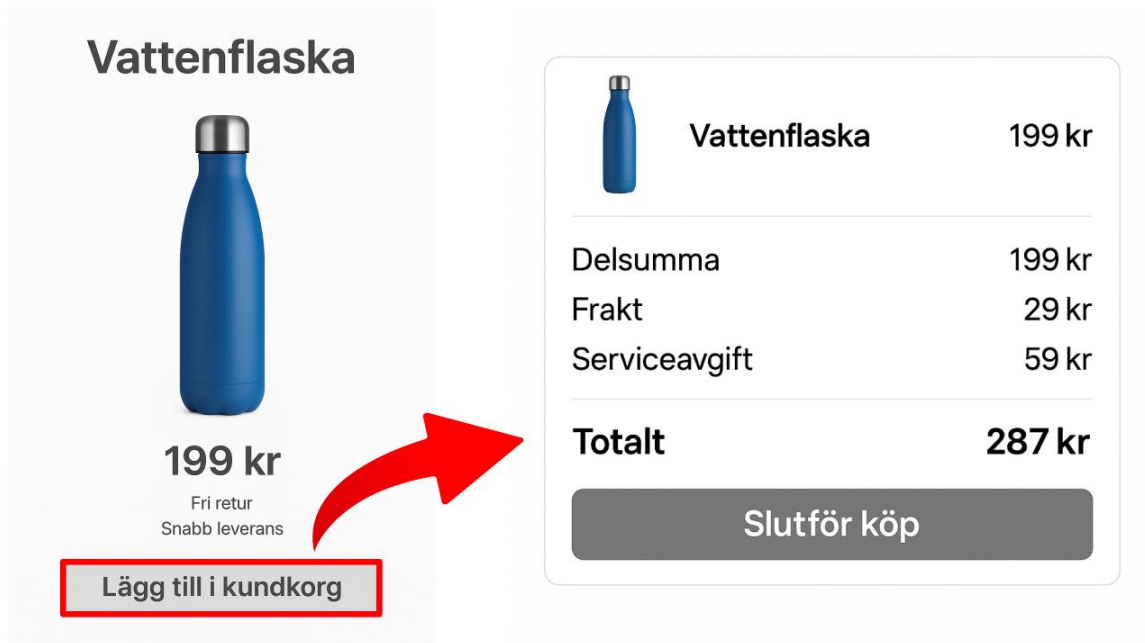
Avslutningsvis ställdes en direkt fråga om de tidigare kände till begreppen dark patterns eller deceptive patterns. Denna fråga syftade till att ge en indikation på deltagarnas medvetenhet om ämnet, och därmed också på hur mycket deras uppfattningar kan ha påverkats av förkunskap.

Enkäten genomfördes i Google Forms, ett verktyg som inte kräver inloggning för att besvara, vilket underlättar för respondenterna och minskar tröskeln för deltagande. Utifrån vår egen erfarenhet är det dessutom ett av de mest förekommande verktygen för enkäter i både akademiska och praktiska sammanhang. Enkäten bestod av totalt 21 frågor som återfinns i Tabell 3.2. Nedan kommer vi att gå igenom de olika scenarierna. Resultat från enkäten presenteras senare i kapitel 4.

Scenario 1 (S1): Gömda kostnader (hidden cost)

Respondenten presenterades till följande text och bild:

“Du vill köpa en vattenflaska som marknadsförs för 199 kr. När du lägger den i kundvagnen tillkommer extra avgifter innan du kan slutföra köpet.”



Figur 3.1: Scenario 1: Gömda kostnader (hidden cost).

Scenario 2 (S2): Förvalda alternativ (preselection)

Respondenten presenterades till följande text och bild:

“Du ska boka en flygresa. Ett avbokningsskydd (149 kr) har automatiskt lagts till som förval innan du går vidare till betalning.”

✈ Malmö till Stockholm

08:30 – 09:50
Ekonomiklass, 1 vuxen 750 kr

Ytterligare tillval

☒ Lägg till avbokningsskydd (+149 kr)

Du kan få full återbetalning om du måste ställa in in resan.

Kontaktuppgifter

Namn

E-post

Telefonnummer

Total 899 kr

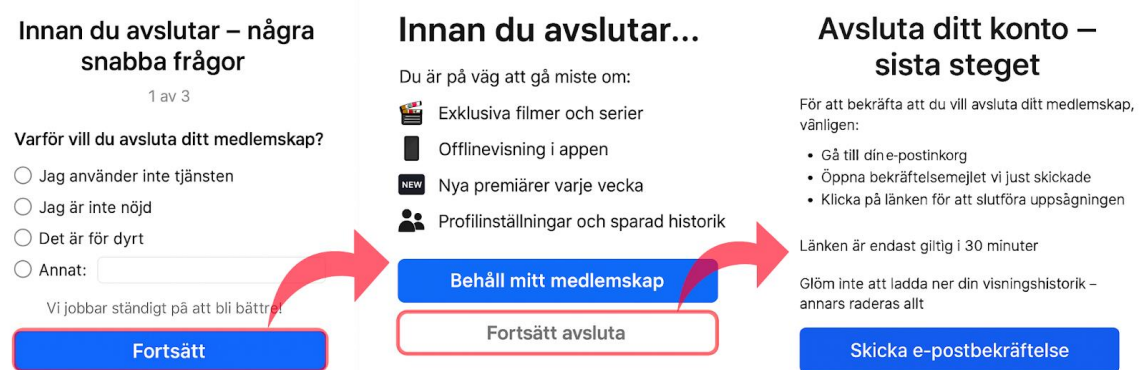
Fortsätt till betalning

Figur 3.2: Scenario 2: Förvalda alternativ (preselection)

Scenario 3 (S3): Svårt att avsluta prenumeration (hard to cancel)

Respondenten presenterades till följande text och bild:

“Du har ett aktivt medlemskap hos en streamingtjänst. När du försöker avsluta kontot måste du först hitta rätt knapp, svara på frågor och därefter bekräfta via ett mejl.”



Figur 3.3: Scenario 3: Svårt att avsluta prenumeration (hard to cancel)

Tabell 3.2: Tabell över enkätfrågor

Teori	Frågor
-	Hur gammal är du? Kön? Vad är din högsta utbildningsnivå? Hur ofta använder du digitala tjänster (t.ex. onlinebokningar, e-handel, registreringar)?
Användaracceptans: Funktionella kontra värdebaserade bedömningar Användarupplevelse	S1: Hade den här designen påverkat ditt beslut att köpa produkten? - Ja, i hög grad - Ja, till viss del - Nej - Osäker
Etik och lagar: Etik i design, Designkaraktär, UXPA:s riktlinjer	S1, S2, S3: Tycker du att denna designlösning är etiskt försvarbar? - Ja - Till viss del - Nej - Vet ej
Användarupplevelse: Emotionell interaktion, emotion and effect,	S1, S2, S3: Tyckte du att designen var: (på en skala 1–5)

Övertalande teknik, HCI	- 1 - Manipulativ - 2 - 3 - Neutral - 4 - 5 - Hjälpsam
Användaracceptans: Teknikacceptans (nytta och effektivitet) & Funktionella kontra värdebaserade bedömningar	S1, S2, S3: Skulle du använda en annan digital tjänst som är designad på detta sätt? (på en skala 1–5) - 1 - Inte sannolikt - 2 - 3 - Neutral - 4 - 5 - Högst sannolikt
Användarens medvetenhet: Implicit och explicit igenkänning, Dark-pattern blindness	S2: Lade du märke till att något på sidan verkade styra dig mot ett visst val? - Ja, i hög grad - Ja, till viss del - Nej - Osäker
Användaracceptans Användarupplevelse	S3: Hade designlösningen påverkat dig att behålla medlemskapet? - Ja, i hög grad - Ja, till viss del - Nej - Osäker
Användarens medvetenhet: Implicit och explicit igenkänning, Dark-pattern blindness	Jag har sett liknande designelement på andra digitala tjänster - Ja - Nej - Osäker
Användarupplevelse: emotionell påverkan Användarens medvetenhet: Dark-pattern blindness Etik och Lagar	Baserat på tidigare scenarier - vilka av följande påståenden stämmer in på hur du upplevde dem? (Kryssa i dem som du håller med om) - Jag upplevde att vissa sidor försökte påverka mig på ett negativt sätt - Jag tyckte att några lösningar var smarta/hjälpsamma - Jag är van vid att se liknande designlösningar - Jag upplevde att designvalen inte påverkade mig negativt - Jag tycker att sådana designval borde undvikas/förbjudas - Vet ej / Inget av ovan stämmer
Användarupplevelse (Beyond)	Om du tyckte någon av designlösningarna var smarta /

instrumental perspective), Användaracceptans	hjälpssamma, vilken och hur? - Fri text
Användarupplevelse: emotionell påverkan	Har du några övriga synpunkter gällande designvalen i scenarierna du vill dela med dig av? - Fri text
Användarens medvetenhet: Implicit och explicit igenkänning	Känner du till begreppet dark patterns / deceptive patterns? - Ja - Nej - Har hört talas om det - Vet ej

3.3 Expertintervjuer - kontext och djup

Expertintervjuerna fyller en kritisk funktion. Att använda intervjuer som datainsamlingsmetod är särskilt lämpad för att hantera ämnen på djupet och i detalj (Oates, 2006), vilket är avgörande när vi söker insikter från experter som besitter specifik och nyanserad kunskap. De ger inte bara djup och kontext till användarnas erfarenheter, utan fungerar även som ett viktigt korrektiv (Oates, 2006). Genom att låta experter dela sina personliga insikter och reflektioner får vi tillgång till perspektiv som bidrar till en mer nyanserad och heltäckande förståelse av ämnet. Detta är särskilt värdefullt i en studie om deceptive patterns, där gränsen mellan påverkan och manipulation ofta är svår att definiera.

Intervjumetoden erbjuder en flexibilitet som gör det möjligt att justera frågor under samtalets gång (Oates, 2006), vilket passar särskilt bra när syftet är att upptäcka nya insikter snarare än att enbart bekräfta redan kända antaganden (Oates, 2006). Denna öppna och utforskande ansats lämpar sig väl för komplexa, känsliga eller svåravgränsade ämnen (Oates, 2006), där experter ofta sitter på kunskap eller privilegierad information som inte fångas upp genom mer standardiserade metoder (Oates, 2006).

För att få en fördjupad förståelse för gränsen mellan påverkan och acceptans i digitala användargränssnitt användes expertintervjuer med ledande forskare och praktiker inom området deceptive patterns. Urvalet av respondenter, som innefattar ledande forskare och praktiker inom området deceptive patterns, gjordes genom ett målinriktat urval (*eng.* purposive sampling), vilket enligt Oates (2006) är lämpligt när forskaren avsiktligt söker deltagare som kan bidra med specifik expertis eller erfarenhet relaterad till forskningsfrågan. Urvalet inleddes med Harry Brignull, som myntade begreppet deceptive patterns och därmed har haft ett grundläggande inflytande på fältet. På Brignulls rekommendation kontaktades därefter Dr. Mark Leiser, juridikprofessor med expertis inom digitala rättigheter och lagstiftning relaterad till digitala manipulationstekniker. För att ytterligare bredda perspektivet inkluderades även Colin Gray, professor i informatik och HCI, som varit en återkommande röst i flera studier om deceptive design och användarcentrerad etik. Denna strategi säkerställde att urvalet täckte både praktiska, juridiska och teknisk-akademiska perspektiv.

3.3.1 Genomförande och bearbetning av expertintervjuer

Samtliga experter kontaktades via e-post eller LinkedIn, och informerades om studiens syfte, vårt forskningsintresse samt hur deras expertis kunde bidra till en djupare förståelse för ämnet. Intervjuerna genomfördes med informerat samtycke, och allt citat- eller analysmaterial från intervjuerna används med uttryckligt tillstånd från respektive respondent.

Två av intervjuerna (Harry Brignull och Mark Leiser) genomfördes via Zoom. Efter godkännande från respondenterna spelades samtalen in och transkriberades sedan med hjälp av AI-verktyget Whisper, i enlighet med vedertagna rekommendationer för kvalitativ transkribering (Oates, 2006). Efter automatisk transkribering följde en manuell genomgång och noggrann analys för att säkerställa exakthet och att nyanser i språk och innehåll återgavs korrekt.

På grund av tidszonsskillnader och tillgänglighetsmöjligheter valde vi att genomföra den tredje intervjun med professor Colin Gray via e-post. Gray besvarade frågorna i form av ett röstmeddelande och en färdig transkription som genererats med hjälp av AI-verktyget, Otter.ai, enligt hans eget initiativ. Även denna transkription granskades manuellt för att säkerställa innehållets överensstämmelse med frågeställningarna och forskningskontexten.

Den valda metoden möjliggjorde flexibilitet och anpassning efter respektive deltagares förutsättningar, samtidigt som forskningsetiska principer som samtycke, transparens och respekt för deltagarnas autonomi upprätthölls genom hela processen.

Vi ställde delvis olika frågor till de experter vi intervjuade, där frågorna utformades för att spegla respektive deltagares expertis och kunskapsområde. Den valda metoden möjliggjorde flexibilitet och anpassning efter varje deltagares förutsättningar, vilket ligger i linje med vetenskapliga rekommendationer om att anpassa metodval efter det specifika forskningssammanhanget snarare än att tillämpa dem strikt och utan reflektion (Oates, 2006). Samtidigt säkerställdes att forskningsetiska principer såsom informerat samtycke, transparens och respekt för deltagarnas autonomi följdes genom hela processen (Oates, 2006).

3.3.2 Utformning av intervjufrågor

I detta underkapitel presenteras frågorna som ställdes. Följande frågor är översatta från engelska.

Harry Brignull

Intervjufrågorna till Harry Brignull syftade till att utforska hans nuvarande syn på deceptive patterns, hur begreppet har utvecklats över tid, samt hur han ser på användarens roll och medvetenhet i relation till dessa designmönster. Eftersom Brignull myntade begreppet och har haft stor påverkan på det offentliga samtalet kring ämnet, ansågs det särskilt värdefullt att ställa frågor som belyser både definitionen, dess etiska implikationer och den praktiska tillämpningen av mönstren i dagens digitala landskap.

1. *Hur skulle du definiera deceptive patterns idag? Har din syn förändrats sedan du myntade begreppet?*
2. *Upplever du att användare i allmänhet är medvetna om deceptive patterns när de stöter på dem i digitala miljöer i vardagen?*
3. *Tror du att användare uppfattar dessa mönster som problematiska - eller har de normaliserats som "så här fungerar det på nätet"?*
4. *Kan du komma på ett deceptive pattern som användare kanske vanligtvis inte uppfattar som vilseledande och varför det kan vara så?*
5. *Hur ser du på gränsen mellan övertygande design och manipulation ur användarens perspektiv?*
6. *Vem skulle du säga bär det största ansvaret för användningen av deceptive patterns - designern eller företaget?*
7. *Skulle du säga att vissa designmönster är mer oetiska än andra?*

Mark Leiser

Intervjufrågorna till Mark Leiser fokuserade på den juridiska gränsdragningen mellan påverkan och manipulation i digitala gränssnitt. Leiser är en välciterad rättsvetare inom området digital marknadsföring, konsumentskydd och dark patterns. Med utgångspunkt i vår forskningsfråga ville vi undersöka hur juridiken hanterar subjektiva upplevelser av vilseledande design, samt hur begreppet deceptive patterns tolkas och regleras inom europeisk rätt.

1. *Ur ett juridiskt perspektiv - anses något fortfarande vara vilseledande om användare inte själva medvetet uppfattar det som sådant?*
2. *Givet att användare kan tolka samma design på olika sätt - vissa upplever den som hjälpsam, andra som manipulativ - hur hanterar juridiken en sådan subjektivitet?*
3. *Skulle du säga att de flesta användare idag kan känna igen deceptive patterns? Och om så är fallet, har dessa designmönster blivit så normaliserade att människor inte längre ifrågasätter dem?*
4. *Hur ser reglering på gränsen mellan övertygande design och manipulation - när passerar det gränsen från smart UX-design till deceptive patterns?*

Colin Gray

Intervjufrågorna till Colin Gray fokuserade på gränsdragningen mellan effektiv UX-design och vilseledande design, samt hur denna uppfattas av olika aktörer. Gray har publicerat flera centrala studier om dark patterns ur ett HCI-perspektiv och har bland annat undersökt hur designers själva resonerar kring etiska gränsdragningar. Vår avsikt med intervjun var att fånga hans syn på skillnaden mellan användares och experters bedömningar, samt vilka faktorer som påverkar hur ett designmönster uppfattas, något som ligger i direkt linje med vår forskningsfråga.

1. *Var tycker du att gränsen går mellan smart UX-design och vilseledande design?*
2. *Hur medvetna är vanliga användare om deceptive patterns idag?*
3. *Hur skiljer sig användares och experters uppfattning om vad som räknas som "vilseledning"?*
4. *Vilka faktorer påverkar om användare uppfattar ett mönster som manipulativt eller bara som effektiv design?*
5. *Kan du ge exempel på UX-praktiker som har stark påverkan på användare men ändå kan anses vara etiskt försvarbara?*

3.4 Metodtriangulering och reflektion

Att kombinera enkät och expertintervjuer är ett medvetet metodologiskt val, som kan beskrivas som triangulering (Oates, 2006). Det innebär att ett och samma fenomen belyses ur olika perspektiv, vilket ökar studiens validitet genom att resultat som återkommer i båda källorna anses vara mer tillförlitliga. Samtidigt kan diskrepanser, till exempel om experterna anser ett mönster vara vilseledande medan användare uppfattar det som smart UX-design, ge värdefulla insikter om hur upplevelse och professionell bedömning skiljer sig åt. Det bidrar till en djupare förståelse av var gränsen mellan påverkan och acceptansen faktiskt går.

De två metoderna är också tätt sammanlänkade och kompletterar varandra. Enkäten ger ett brett underlag för att identifiera hur användare tolkar och reagerar på olika typer av designmönster. Genom scenariofrågor kan vi fånga upp spontana bedömningar, emotionella reaktioner och uppfattningar om vad som känns hjälpsamt eller vilseledande i digitala miljöer. Detta användarperspektiv är centralt för att förstå hur deceptive patterns fungerar i praktiken - inte bara som teoretiska konstruktioner, utan som faktiskt upplevda fenomen.

Samtidigt erbjuder expertintervjuerna en fördjupande och kontextualiserande förståelse av just dessa upplevelser. Eftersom begreppet deceptive patterns är relativt okänt bland många användare, riskerar enkätdata att bli ytliga eller svårtolkade. Expertinsikterna fungerar då som ett tolkningsstöd som förklarar bakomliggande mekanismer och designintentioner - och bidrar därmed till en mer informerad tolkning av enkätresultaten. Kombinationen av metoder

möjliggör dessutom en analytisk balans mellan bottom-up och top-down-perspektiv, där användarnas subjektiva upplevelser sätts i relation till experternas professionella och normativa synsätt. Det gör analysen mer nyanserad och förankrad i både praktik och teori.

Genom att kombinera användarnas perspektiv med experternas reflektioner kan vi alltså närma oss en mer sammansatt förståelse av hur deceptive patterns uppfattas och fungerar. Metodtrianguleringen möjliggör därmed inte bara ökad validitet, utan också en mer reflexiv och etiskt informerad analys av gränsen mellan legitim påverkan och vilseledande manipulation i digitala användargränssnitt (Oates, 2006).

Vi är samtidigt medvetna om metodens begränsningar. Enkäter kan inte fånga hela djupet i användarnas upplevelser, och expertintervjuer kan påverkas av yrkesmässiga perspektiv som inte alltid stämmer överens med hur vanliga användare faktiskt uppfattar saker. Det finns också en risk att experterna talar utifrån hur design bör fungera, snarare än hur den faktiskt upplevs. Samtidigt ser vi just detta som en styrka med att använda båda metoderna. När vi jämför användarnas upplevelser med experternas reflektioner får vi syn på skillnader och likheter som hjälper oss att förstå ämnet från flera håll.

3.5 Bearbetning av data

3.5.1 Enkätundersökning

Efter att respondenternas svar hade samlats in via Google Forms exporterades datan till både Google Sheets och Microsoft Excel för bearbetning och analys. Eftersom enkätundersökningen innehöll både kvantitativa och kvalitativa frågor tillämpades såväl statistisk som tematisk analys.

Som ett första steg analyserades resultaten i Google Forms, där verktyget automatiskt genererade överskådliga sammanställningar, cirkeldiagram och stapeldiagram. Dessa visualiseringar användes för att få en initial förståelse för svarsmönster och för att identifiera potentiella avvikelser eller intressanta tendenser. Därefter exporterades datan till Google Sheets och vidare till Microsoft Excel, där den mer omfattande analysen genomfördes. Rådata granskades manuellt för att identifiera eventuella ofullständiga eller ogiltiga svar, vilka i förekommande fall exkluderades från analysen. Enligt Oates (2006) är detta ett centralt steg för att säkerställa datakvalitet och minska risken för felaktiga slutsatser. Samtliga svar hanterades anonymt, och ingen personligt identifierbar information samlades in.

Den kvalitativa datan, i form av fritextsvar, genererade ett rikt och varierat material som krävde systematisk bearbetning för att kunna analyseras. Tematisk analys användes som metod för att identifiera och strukturera återkommande mönster och betydelser i deltagarnas beskrivningar. Enligt Braun och Clarkes (2022) lämpar metoden sig särskilt väl för att tolka öppna svar, i kontrast till den kvantitativa analys som tillämpades på slutna frågor. Microsoft

Excel användes som stöd för att sortera, koda och strukturera det kvalitativa materialet under analysprocessen.

För att analysera huruvida deltagarnas ålder, utbildningsnivå och vana av digitala tjänster hade någon inverkan på hur designen upplevdes i varje scenariofråga, genomfördes en statistisk analys i form av *chi-två-testet*. Denna analysmetod är lämplig för att undersöka samband mellan två kategoriska variabler (Bryman, 2016). Chi-två-testet används för att ta reda på om det finns ett statistiskt samband mellan två kategoriska variabler, till exempel mellan deltagarnas ålder och hur de uppfattade designen (Bryman, 2016). Testet beräknar sannolikheten för att den observerade skillnaden mellan grupperna har uppstått av en slump. I denna studie tillämpades en signifikansnivå på $p < 0,05$ där p står för sannolikhet. Enligt Bryman (2016) innebär detta att en skillnad betraktas som statistiskt signifikant om sannolikheten att den uppstått av en slump är mindre än 5 %. Med andra ord, om p-värdet är under 0,05 anses skillnaden i svar mellan grupper inom en variabel (till exempel olika åldersgrupper) vara tillräckligt stor för att betraktas som meningsfull i statistisk mening.

Respondenternas svar på frågan "*Tyckte du att designen var?*" angavs på en femgradig skala (1 = manipulativ, 5 = hjälpsam). För att underlätta analysen grupperades svaren i tre kategorier: Negativ (1–2), Neutral (3) och Positiv (4–5). För varje variabel (ålder, utbildningsnivå och digital vana) konstruerades kontingenstabeller (*eng.*, contingency tables), där de tre kategorierna ställdes i relation till respektive demografisk faktor. Utifrån dessa tabeller beräknades de förväntade värdena, som sedan jämfördes med de faktiska värdena i chi-två-testet, i enlighet med Bryman (2016). Chi-två-testerna genomfördes med hjälp av Microsoft Excels inbyggda funktioner för statistisk analys. De fullständiga tabellerna presenteras i Appendix C.

3.5.2 Expertintervjuer

För att analysera det empiriska materialet från våra expertintervjuer har vi genomfört en kvalitativ tematisk analys. Tematisk analys är, enligt Oates (2006), en metod för att analysera kvalitativ data genom att identifiera återkommande teman eller meningsmönster som är relevanta för forskningsfrågan. Analysen bygger på att forskaren systematiskt kodar och tolkar data för att generera insikter, vilket möjliggör en djupare förståelse av det studerade fenomenet (Oates, 2006). I vårt fall användes tematiseringen för att strukturera och tolka experternas resonemang kring användarens uppfattning av deceptive patterns.

Kategorierna som användes för kodningen baserades på tidigare teori och dels på enkätfrågorna som användes i studiens kvantitativa del. Kodningsarbetet genomfördes genom färgmarkeringar i intervjudokumentet, där citat och resonemang, enligt vår bedömning, sorterades in under följande teman (se Tabell 3.3).

Tabell 3.3: Tabell över kategorisering (följande schema återfinns i Appendix D).

Kategori	Förkortning & färgkod	Beskrivning
Definitioner och terminologi	DT / Gul	Hur deceptive patterns definieras
Gränsdragning mellan påverkan och manipulation	PM / Röd	Resonemang kring vad som avgör om ett designmönster är stödjande eller vilseledande
Användarmedvetenhet och upplevelse	AU / Orange	Bedömningar av hur medvetna användare är om deceptive patterns
Etiska perspektiv	EP / Grön	Reflektioner kring etiskt ansvar i design
Reglering och juridiska ramar	RJ / Blå	Expertens syn på existerande lagar (t.ex. GDPR, DSA)
Designpraxis och branschens normer	PN / Grå	Observationer om hur dessa mönster används i industrin, vad som är "accepterat"
Framtidsutsikter	FU / Rosa	Förslag på hur designpraxis, lagstiftning eller användarmedvetenhet kan förbättras för att minska användningen av vilseledande mönster.

Syftet med tematiseringen var att identifiera återkommande mönster och nyckelresonemang i expertintervjuerna som relaterar till vår forskningsfråga. Genom att färgkoda materialet enligt fördefinierade teman kunde vi strukturera innehållet och urskilja vilka delar som var mest relevanta för vidare analys. Denna struktur låg till grund för hur vi valde ut citat, organiserade analyskapitlet och kopplade de empiriska resultaten till vår teoretiska ram.

4 Resultat

I följande avsnitt kommer vi att presentera den insamlade data via enkätundersökning och expertintervjuer.

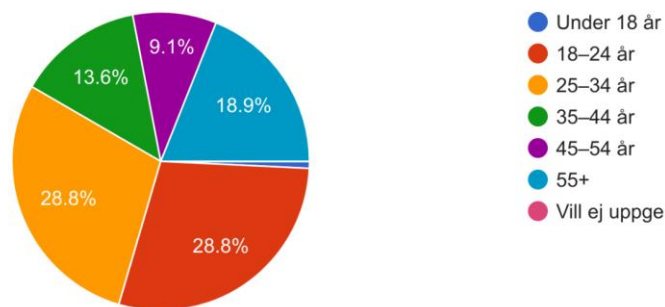
4.1 Enkätundersökning

Enkäten besvarades av totalt 132 personer. Nedan presenteras resultatet från enkäten som har framställts med hjälp av Google Forms. Eftersom enkäten var uppdelade i tre sektioner, kommer det empiriska resultatet att presenteras i tre avsnitt.

4.1.1 Allmänna frågor: demografi

För att få en inledande förståelse för respondenternas bakgrund inkluderades frågor om ålder, kön, utbildningsnivå samt hur ofta de använder digitala tjänster.

Hur gammal är du?
132 responses

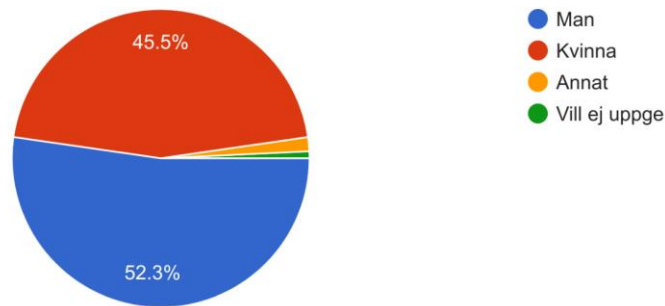


Figur 4.1: Hur gammal är du?

Respondenterna var relativt jämnt fördelade över åldersgrupperna. Ålderskategorierna 18–24 år och 25–34 år dominerade med 28,8 %. Näst störst var gruppen 55 år och äldre med 18,9 %, medan en mindre andel återfanns i åldersspannet 45–54 år och bara en person under 18 år.

Kön?

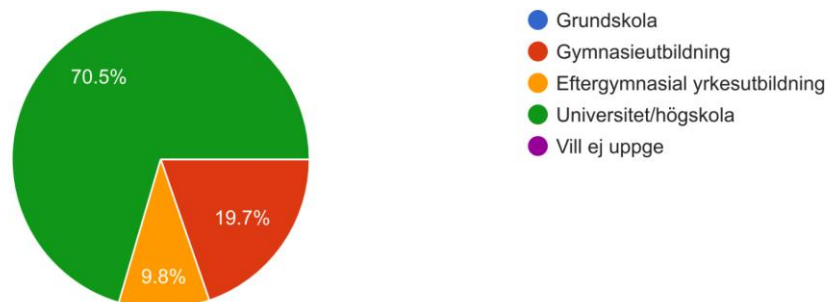
132 responses

**Figur 4.2:** Kön?

Fördelningen mellan könen var förhållandevis balanserad: 52 % identifierade sig som män, 46 % som kvinnor, och 2 % valde alternativet “annat” eller avstod från att ange kön.

Vad är din högsta utbildningsnivå?

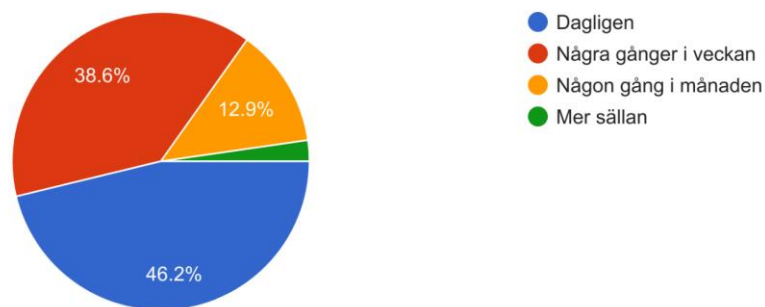
132 responses

**Figur 4.3:** Vad är din högsta utbildningsnivå?

En majoritet av deltagarna (70,5%) hade avslutad högskole- eller universitetsutbildning. 19,7 % uppgav gymnasieutbildning som högsta avslutade nivå, medan cirka 10 % angav eftergymnasial yrkesutbildning.

Hur ofta använder du digitala tjänster (t.ex. onlinebokningar, e-handel, registreringar)?

132 responses



Figur 4.4: Hur ofta använder du digitala tjänster (t.ex. onlinebokningar, e-handel, registreringar)?

På frågan om hur ofta deltagarna använder digitala tjänster som onlinebokningar, e-handel eller registreringar svarade 46,2 % att de använder sådana tjänster dagligen. 38,6 % angav att de använder dem några gånger i veckan, medan nästan 13 % uppgav att de använder digitala tjänster några gånger i månaden.

Denna demografiska fördelning visar på ett urval med relativt hög digital kompetens och utbildningsnivå, vilket bör beaktas i tolkningen av resultaten.

4.1.2 Scenariobaserade resultat: användarupplevelse, användaracceptans och etik

Efter de inledande bakgrundsfrågorna fick deltagarna ta ställning till tre scenarier, var och en baserad på ett vanligt förekommande deceptive pattern: gömda kostnader, förvalda alternativ och svårt att avsluta prenumeration. Varje scenario illustrerades med både en bild och ett kort berättande textstycke. Efter scenarierna fick deltagarna besvara identiska frågor om upplevelse, etik och påverkan.

I Tabell 4.1 nedan sammanfattas deltagarnas svar utifrån fyra dimensioner:

- hur manipulativ designen upplevdes
- hur etiskt försvarbar den ansågs vara
- om designen påverkade användarens beteende eller val
- hur benägna deltagarna var att använda liknande tjänster i framtiden.

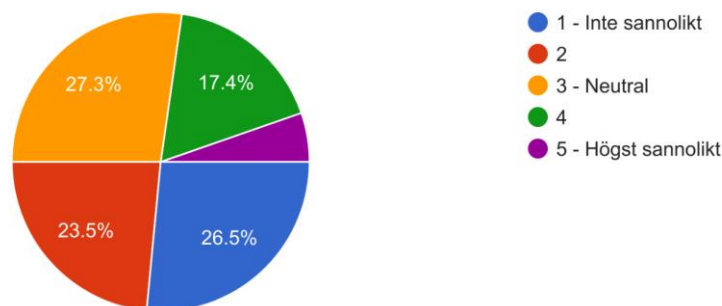
Tabell 4.1: Resultatsammanställning av scenariofrågor

Scenario	Uppfattades som manipulativa (betyg 1 och 2)	Etiskt försvarbar (nej och till viss del)	Påverkan på beslut (ja och till viss del)	Vill inte använda liknande tjänster
S1: Gömda kostnader	26% + 37,4%	42% + 42%	51,1 % + 35,9%	Splittrad
S2: Förvalda alternativ	33,6% + 29,8%	44,3% + 36,6%	68,7% + 19,1%	Neutral 35,1%
S3: Svårt att avsluta	48,1% + 19,8%	56,5% + 30,5%	10,7% + 19,8%	32,8% Inte sannolikt

S1, som handlade om gömda kostnader, uppfattades av 63,4 % som manipulerande och av 84 % som etiskt tveksamt eller direkt oetiskt. Över hälften angav att detta skulle påverka deras köpbeslut. Trots detta är viljan att använda en liknande tjänst splittrad, vilket antyder att beteendet inte alltid matchar attityden (se Figur 4.5).

Skulle du använda en annan digital tjänst som är designad på detta sätt? (på en skala 1-5)

132 responses

**Figur 4.5:** Skulle du använda en annan digital tjänst som är designad på detta sätt? (på en skala 1–5).

S2, där ett avbokningsskydd var förvalt, uppfattades i nästan lika hög grad som manipulerande. Även här betraktade majoriteten lösningen som etiskt problematisk. Samtidigt uppgav hela 68,7 % att de upplevde att deras val påverkades, vilket tyder på en stark nudgingeffekt. Noterbart är dock att många placerade sig i det neutrala mittenläget vad gäller framtida användning (35,1 %).

S3, som beskrev en svår process att avsluta en prenumeration, genererade de starkaste negativa reaktionerna. Hela 68 % betraktade designen som manipulerande, och 87 % ansåg att

den var etiskt problematisk. Dock uppgav endast en liten andel (30,5 %) att designen faktiskt skulle påverka deras beslut, vilket kan tyda på att designen uppfattas som irriterande men inte avgörande för handling. Endast 32,8 % uppgav att de troligen inte skulle vilja använda en liknande tjänst, vilket är förvånansvärt lågt i förhållande till hur negativt designen uppfattades.

Sammanfattningsvis visar tabellen att användare mycket tydligt kan identifiera och värdera manipulerande design, men att detta inte alltid omsätts i förändrat beteende, något som pekar på ett komplext förhållande mellan medvetenhet, etik och faktisk användaracceptans. Detta mönster återkommer även i de öppna svaren där flera deltagare uttrycker både motstånd och resignation.

4.1.3 Samband mellan demografi, digital vana och användarupplevelse

I syfte att undersöka om användarupplevelsen av designlösningars manipulativitet varierade beroende på deltagarnas ålder, utbildningsnivå eller vana av att använda digitala tjänster, genomfördes chi-två-analyser för varje scenario. Resultaten tyder på att medan ålder och utbildning inte hade någon tydlig påverkan, kan vana av digitala tjänster i vissa fall spela en roll för hur användare upplever graden av manipulation i digitala gränssnitt.

Analysen visade inga statistiskt signifikanta skillnader i hur designen uppfattades beroende på utbildningsnivå (S1: $p = 0,37$; S2: $p = 0,18$; S3: $p = 0,74$), eller ålder (S1: $p = 0,98$; S2: $p = 0,12$; S3: $p = 0,48$). Detta tyder på att varken ålder eller utbildningsnivå har haft någon avgörande påverkan på deltagarnas upplevelse av graden av manipulation i de tre scenarierna.

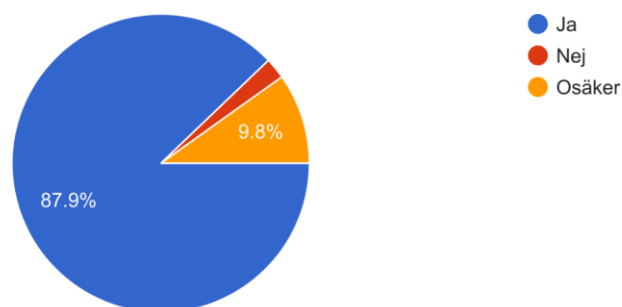
För vana av digitala tjänster visade analysen däremot ett statistiskt signifikant samband i S1 med ett p-värde på 0,02. Detta indikerar att användare med hög digital tjänstevana i högre grad uppfattade designen som manipulativ. I S2 visade analysen ingen signifikant skillnad ($p = 0,82$), vilket antyder att denna typ av design uppfattades som manipulativ oavsett digital erfarenhet. I S3 var p-värdet 0,14, vilket inte uppnådde signifikans men kan tyda på viss variation mellan grupper med olika nivå av tjänstevana.

4.1.4 Medvetenhet, erfarenhet och användarattityder

En mycket stor andel av deltagarna (87,9 %) svarade att de kände igen liknande designelement från andra digitala tjänster (se Figur 4.6). Detta tyder på att många användare har exponerats för dessa mönster upprepade gånger, vilket kan bidra till en form av normalisering och resignation, där vilseledande design inte längre uppfattas som ovanlig eller särskilt anmärkningsvärd.

Jag har sett liknande designelement på andra digitala tjänster

132 responses

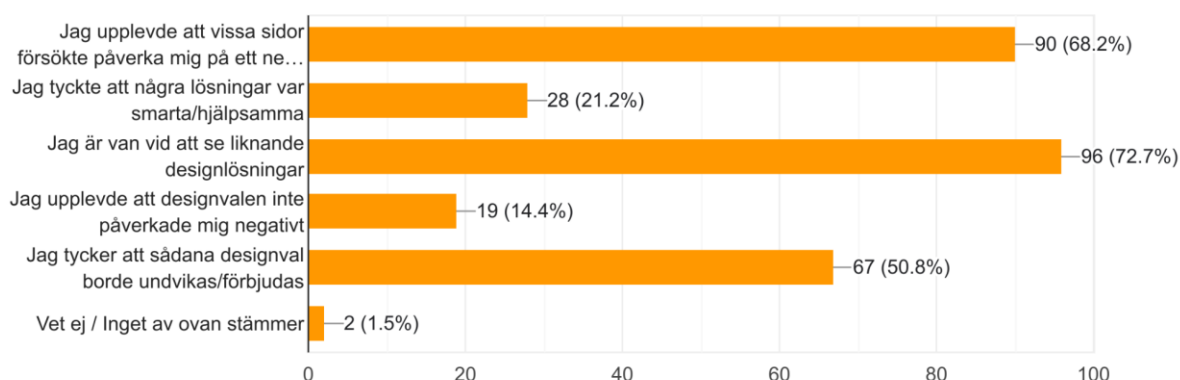
**Figur 4.6:** Jag har sett liknande designelement på andra digitala tjänster.

Trots att majoriteten av respondenterna i enkäten uppgav att de kände igen liknande designelement från tidigare erfarenheter, var det endast 21,4 % som uppgav att de kände till begreppet *dark patterns* eller *deceptive patterns*. 50,4 % svarade att de inte kände till termen alls, medan ytterligare 24,4 % hade endast hört talas om det utan att kunna förklara det närmare.

För att uppnå mer övergripande reflektion över användarupplevelse, användaracceptans samt etik kring designlösningar ställdes frågan från figur 4.7.

Baserat på tidigare scenarier – vilka av följande påståenden stämmer in på hur du upplevde dem? (Kryssa i dem som du håller med om)

132 responses

**Figur 4.7:** Baserat på tidigare scenarier - vilka av följande påståenden stämmer in på hur du upplevde dem? (Kryssa i dem som du håller med om). OBS! Kompletta svarsalternativ återfinns i tabell 3.2.

Respondenterna ombads att kryssa i de påståenden som bäst stämde överens med deras upplevelse av tidigare scenarier. 72,7 % ($n = 96$, n - antal respondenter) angav att de är vana vid liknande designlösningar från andra digitala tjänster. 68,2 % ($n = 90$) upplevde negativ påverkan från designen. Samtidigt uttryckte 50,8 % ($n = 67$) att sådana designval borde

undvikas eller förbjudas. Trots detta valde bara 21,2 % ($n = 28$) att beskriva någon lösning som *smart eller hjälpsam*, vilket förstärker bilden av en generell skepsis. Även om vissa användare vant sig vid manipulativa designval (72,7 % igenkänning), betyder det inte att de accepterar dem. Tvärtom pekar mönstret mot ett utbrett motstånd.

Enkäten innehöll även två öppna frågor med syfte att fördjupa förståelsen för användarupplevelse och användaracceptans. Den första frågan löd: "Om du tyckte någon av designlösningarna var smarta / hjälpsamma, vilken och hur?" Totalt 36 respondenter besvarade denna fråga, men fem av svaren exkluderades från analysen på grund av irrelevans. Resultatet visar på en bredd i uppfattningar - från uttryckt acceptans till starkt motstånd och pragmatisk tolerans gentemot potentiellt manipulerande designval. Ett tydligt mönster i svaren är att känslan av att själv ha kontroll över valet, samt tydlig och transparent information, spelar en avgörande roll för om designen uppfattas som hjälpsam eller manipulativ. Nedan presenteras en tematisk kategorisering av svaren i tabellform.

Tabell 4.2: Tematisk kategorisering av svar på frågan: Om du tyckte någon av designlösningarna var smarta / hjälpsamma, vilken och hur?

Temaområde	Antal svar	Exempel
Tillvalda tjänster kan vara smarta / hjälpsamma	8	"Skydd som läggs till men kan tas bort anser jag som en positiv tillägg från företagets sida." "Kan vara bra att bli påmind." "...tillval med förbokat försäkring är rätt bra. Det är bara att avboka om man inte vill ha det."
Behov av transparens och eget val	8	"Tydliggöra val som är positiva utan att 'luras'" "...Jag vill känna att jag har full kontroll över mina val utan att bli styrd." "...Man ser vad man betalar för"
Uppsägning av prenumeration kan vara smarta / hjälpsamma	5	"Att tvingas svara på frågor vid uppsägning av ett abonnemang är en bra lösning, men bara om det belönar konsumenten med ett erbjudande om att fortsätta abonnemanget till ett lägre pris i framtiden."

Skepsis, kritik eller ingen hjälp	5	“Tycker inte en specifik designlösning var särskild smart eller hjälpsam. Motsatsen om något.”
Förståelse för företagets affärsstrategier	3	“...Oftast är det valet som gör företaget mest pengar och kanske inte det jag vill ha.”
Neutralitet	2	“De skall vara neutralt utformade”

Den andra öppna frågan i enkäten syftade till att fånga deltagarnas spontana reflektioner kring scenariefrågorna: “Har du några övriga synpunkter gällande designvalen i scenarierna du vill dela med dig av?” Totalt besvarades frågan av 35 personer, men 8 av svaren bedömdes som irrelevanta och togs därför inte med i den fortsatta analysen. Det är möjligt att vissa av dessa svar påverkats av frågans formulering, som i sin utformning kan ha uppfattats som en sluten ja/nej-fråga snarare än en uppmaning till utvecklad reflektion. Svaren uppdelades i sex temaområden och illustreras i tabell 4.3.

De övriga 27 svaren visar dock på ett brett spektrum av reaktioner. Respondenter pekar på känslan av att bli styrd i sina val och samtidigt brist på valfrihet. Även om designen var problematisk, fanns det i praktiken inget alternativ på grund av tjänstens nödvändighet. Dessutom, vissa svar betonar vikten av transparens och tydlighet i designen av användargränssnittet för att kunna uppleva att designen är rättvis.

Tabell 4.3: Tematisk kategorisering av svar på frågan: Har du några övriga synpunkter gällande designvalen i scenarierna du vill dela med dig av?

Temaområde	Antal svar	Exempel
Upplevd manipulation och vilseledning	7	“Några av designen (som på bild 2) kan verka för påtryckande och till och med lurande” “De är manipulativa. Vissa spelar på att kunden inte ska orka/ha tid för att avsluta prenumerationen. Andra tjänster tänker att man ska missa att ett dyrare alternativ har lagts till.”

Krav på transparens och tydligt val	7	“Jag skulle önska att webbplatser inte designades på det sättet, utan att jag från början hade ett tydligt val - att villkoren inte skrevs med små bokstäver eller valdes automatiskt åt mig...” “Många designval är otydliga och är man inte observant kan man av misstag göra fel val.”
Reflektion kring maktförhållanden och designansvar	6	“... vissa företags de facto monopolställningar, som i praktiken gör att jag måste välja att använda en liknande tjänst, även om jag gärna premierat ett val som gjorde att jag slapp, om jag hade haft det valet.” “Att om kunden får något mervärde minskar risken för att kunden känner sig lurad”
Acceptans och normalisering	4	“Man är så van att hemsidor har sådana här lösningar så man har liksom accepterat att detta är normen idag”
Ekonomiska konsekvenser	3	“Tilläggsavgifter för reseskydd, fraktkostnad är bra, ok upp till 10–15% av ursprungliga priset sen upplevs de som ocker”
Övrigt	8	-

Sammantaget bekräftar både de kvantitativa resultaten och de öppna svaren att användare ofta är medvetna om manipulativa mönster, men saknar både alternativ och handlingsutrymme. Detta skapar ett komplext förhållande mellan kognition, etik och handling.

4.2 Expertintervjuer

4.2.1 Definitioner och terminologi

Den idag mer vedertagna termen *deceptive patterns* har i stor utsträckning ersatt det tidigare begreppet *dark patterns*. Trots detta råder det fortfarande delade meningar om hur väl termen fångar problemets fulla omfattning och om dess räckvidd och precision är tillräckliga för att beskriva både de juridiska, tekniska och användarcentrerade aspekterna.

Harry Brignull föredrar själv att använda en kombination av begrepp - “*deceptive, manipulative or coercive design patterns*” (Appendix G #2) - och betonar att det inte alltid är intentionen bakom designen som är avgörande. Som han uttrycker det: “*you can still deceive users unintentionally*”. Det centrala är istället huruvida designen faktiskt leder till att användaren blir vilseledd, manipulerad eller pressad (Appendix G #2).

Colin Gray uttrycker tvivel mot den nya terminologin och menar att “*deception has a specific meaning in the legal literature*” (Appendix E #6). Han anser att många mönster snarare är manipulativa eller begränsar användarens valfrihet, snarare än att de direkt bedrar:

“*We need different terms to say actually you were being taken advantage of [...] where you didn't feel like you had a choice*” (Appendix E #6).

Mark Leiser förespråkar däremot en bredare förståelse av deceptive patterns, där även osynliga komponenter som algoritmer och personalisering inkluderas. Han argumenterar för att termen dark patterns blir för snäv, eftersom den fokuserar enbart på gränssnittet: “*the user interface dark patterns are only part of the problem*” (Appendix F #4). Han betonar också att juridiken idag inte kräver bevis på intention - det är designens effekt som avgör om det rör sig om en otillbörlig påverkan: “*it's not necessarily the purposeful intention of the designers, but the effect of the design*” (Appendix F #2).

En aspekt som förenar alla tre experter är just synen på intentionen. Brignull menar att användare kan bli vilseledda även om designen inte var tänkt att vara vilseledande, och Leiser understryker att det inte är intentionen som avgör, utan effekten. Denna effektfokuserade syn återkommer även hos Gray, som menar att användarens upplevelse måste stå i centrum, snarare än avsikten bakom.

4.2.2 Användares medvetenhet och upplevelse

Ett återkommande tema bland de intervjuade experterna är att enligt deras uppfattning så påverkas användare ofta av deceptive patterns, men det är sällan som de är fullt medvetna om det. Upplevelsen av att ha blivit vilseledd är ofta diffus, vilket försvårar att måla upp en tydlig bild kring användarnas åsikter angående deceptive patterns.

Colin Gray menar att användare ofta känner “*a vague sense of unease*” (Appendix E #4), men att det inte nödvändigtvis leder till agerande. Han beskriver detta som ett slags digitalt handlingsförlamningstillstånd: “*they realize that they're being manipulated, but they don't know what to do about it*” (Appendix E #4). Gray framhåller dessutom att dark patterns är så normaliserade att användare ofta förbiser dem:

“*Yes, dark patterns are so normalized that users often overlook them. And certainly there's been great work on the notion of digital resignation and the fact that we sort of feel like we're resigned to our fate and that this is the world that we live in*” (Appendix E #4).

Han påpekar också att många användare sannolikt inte ens skulle beskriva sig själva som lurade, eftersom manipulationen sker öppet:

“A lot of users probably wouldn't say they were deceived, because what is happening is right in front of them [...] But they were being led and steered in such a way where they didn't feel like they had a choice” (Appendix E #6).

Även om vissa användare kan återberätta händelser där de känt sig lurade, saknas ofta både verktyg och förståelse för att benämna vad som faktiskt har skett.

Harry Brignull har en liknande uppfattning och betonar att användare inte alltid har kapaciteten att själva identifiera när de blir utsatta för manipulativ design. Han gör en tydlig distinktion mellan olika typer av mönster och deras igenkänningsgrad: vissa, som confirm shaming, är enligt honom *“self-evident”* (Appendix G #4) och väcker ofta en omedelbar reaktion. Andra är betydligt mer subtila, särskilt de som bygger på dold information eller komplexa, stegvisa processer. Brignull påpekar: *“there are also some [patterns] that aren't even in your realm of consciousness”* (Appendix G #4), och menar att användare ibland inte ens i efterhand förstår att de blivit manipulerade. Han framhåller att

“Users are affected by them, but they don't necessarily perceive them. And their perception of the thing they're affected by may be quite separate [...] I don't think users necessarily have the insight necessary to perceive what is happening to them” (Appendix G #25).

Det är därför problematiskt att enbart förlita sig på användares egna beskrivningar av sina upplevelser, eftersom det ofta är oklart för dem själva om de faktiskt har blivit manipulerade, en aspekt Brignull anser att forskning måste ta hänsyn till.

Mark Leiser delar denna bild, men nyanserar den ytterligare genom att gruppera användare utifrån digital kompetens. Han talar om tre typanvändare: den digitalt kunniga (t.ex. studenter), den digitalt frustrerade (medvetna men maktlösa), och den digitalt sårbara (t.ex. äldre personer). *“Don't confuse your friends with the average members of society”* (Appendix F #8), säger han, och menar att en stor del av befolkningen saknar insikt i hur deras beteende påverkas av designbeslut. Han betonar att även experter, inklusive han själv, kan falla offer för mönstren: *“I teach this and I still get subjected to dark patterns”* (Appendix F #8).

Även Colin Gray har lyft att medvetenhet i sig inte alltid är tillräckligt för att skydda användaren:

“Other studies have actually shown that even if we educate users, and they know how to respond to certain kinds of dark patterns, they don't necessarily act that differently.” (Appendix E #4).

Det antyder att digital kompetens visserligen är viktig, men inte avgörande för att stå emot påverkan. Den psykologiska kraften i designbesluten kvarstår, även när användaren vet bättre.

Det finns alltså en bred enighet bland experterna om att användare i regel inte har full insikt i när de manipuleras. Samtidigt finns det skillnader i hur detta förklaras. Brignull lyfter designens komplexitet, Gray fokuserar på kognitiv belastning och känslan av maktlöshet, medan Leiser adderar ett strukturellt perspektiv som betonar ojämlika förutsättningar bland användare. Sammantaget pekar detta på en viktig insikt: användarens subjektiva upplevelse är inte alltid ett tillförlitligt mått på om ett mönster är vilseledande, vilket har implikationer för både forskning och reglering.

4.2.3 Gränsen mellan övertalning och manipulation

Frågan om var gränsen går mellan legitim övertalning och manipulation är central i diskussionen om deceptive patterns, särskilt eftersom många designpraktiker, inklusive det som ibland kallas smart UX, bygger på att påverka användarens beslut. Samtidigt visar intervjuerna att det saknas en entydig definition, och att gränsdragningen ofta blir kontextuell och normativ.

Colin Gray föreslår att man bör bedöma påverkan utifrån två faktorer: användaren bör få ett verkligt värde av interaktionen och samtidigt behålla sin handlingsfrihet. Gränsen passerar när designen främst gynnar företaget, utan att ge något värde till användaren. Han ställer en retorisk fråga, *“Is the user getting value out of the interaction, or is the value really just coming to the shareholder?”* (Appendix E #2) och betonar att många mönster bygger på att användaren hålls ovetande om vad som faktiskt sker. För Gray handlar god design om att stötta användaren, inte styra dem i smyg: *“Smart UX values and celebrates the user. [...] Deceptive design practices do not.”* (Appendix E #2).

Mark Leiser håller med om att användarens frihet är central, men ser frågan ur ett mer juridiskt och systemiskt perspektiv. Han pekar på en tydlig brist på standardisering inom området: *“We do this for road signs, for nutritional information [...] so why not for interfaces?”* (Appendix F #10). Enligt honom bör det inte vara upp till varje enskild designer att avgöra vad som är manipulation, det måste finnas gemensamma regler och riktlinjer. *“Standardize everything and make it as simple as possible.”* (Appendix F #10). Leiser betonar också att det är effekten som avgör om ett mönster är vilseledande, inte hur komplext flödet är. Ett avregistreringsflöde med tio steg behöver inte vara ett dark pattern, så länge alla användare lyckas ta sig igenom det.

“If the success rate is 100% even though it’s 10 steps, you don’t have a dark pattern. But if 100 people try to get out and only 20 actually succeed, then you can clearly say that there’s a dark pattern.” (Appendix F #4).

Harry Brignull har ett mer praktiskt förhållningssätt. Han menar att användares upplevelser varierar så mycket att det ofta är svårt att dra en tydlig gräns. I stället föreslår han att designers bör undvika beteenden som redan har klassificerats som problematiska i forskningen. *“It’s a pattern-matching exercise,”* konstaterar han, och menar att man bör utgå från tidigare kända exempel och se till att sådana mönster inte reproduceras i ny design (Appendix G #11).

Sammanfattningsvis lyfter experterna tre olika sätt att förstå gränsen mellan övertalning och manipulation. Gray fokuserar på användarens valfrihet och upplevda nytta, Leiser efterlyser tydligare standarder och effektbaserad juridik, och Brignull förespråkar ett praktiskt arbetssätt utifrån etablerade definitioner. Alla tre varnar för design som begränsar användarens kontroll, särskilt när detta sker utan att användaren är medveten om det.

Samtidigt blir det tydligt att det finns spänningar mellan synsätten. Leisers fokus på mätbar effekt, där ett flöde med tio steg inte nödvändigtvis är problematiskt om alla lyckas ta sig igenom det, står i kontrast till Grays betoning på användarens upplevelse. För Gray är ett långt, krångligt flöde i sig ett tecken på bristande respekt för användaren, även om det “fungerar” i juridisk mening. Denna skillnad belyser det bredare dilemmat: bör gränsen för manipulation avgöras av objektiv effekt eller av subjektiv frustration?

4.2.4 Juridiska och reglerande aspekter

De tre experterna betonar samstämmigt att juridiken spelar en avgörande roll i arbetet med att begränsa användningen av deceptive patterns. Regelverk som GDPR, Digital Services Act (DSA), Digital Markets Act (DMA) och Unfair Commercial Practices Directive (UCPD) nämns som centrala verktyg.

Artikel 25 i DSA förbjuder uttryckligen utformningen av onlineplattformars gränssnitt på ett sätt som lurar eller manipulerar användare så att deras förmåga att fatta fria och informerade beslut påtagligt förvrängs (Appendix F #4). Leiser utvecklar resonemanget genom att förklara att lagen inte enbart ser till individens upplevelser utan prövar huruvida det finns en “*material distortion*” i användargruppen som helhet. Han beskriver detta som en process där man kan behöva genomföra vetenskapliga experiment, till exempel genom att testa hur användarbeteenden förändras om ett dark pattern tas bort (Appendix F #4).

Trots att regelverken finns på plats framhåller både Brignull och Leiser de stora praktiska utmaningarna med tillsyn och efterlevnad. Brignull understryker dessutom att besluten om att implementera dessa mönster inte enbart sker på designnivå, utan ofta initieras av industristandard och ledning: “*It’s the industry standard, you can’t get around it. It’s the leadership who are the decision makers.*” (Appendix G #19). Detta antyder att ansvaret för manipulativ design inte enbart ligger hos enskilda designers, utan hos organisatoriska strukturer där affärsmål väger tyngre än etiska överväganden. Det förstärker behovet av reglering som inte bara riktar in sig på tekniska lösningar, utan även på ansvarsfördelning inom företag.

Brignull säger även att han gärna skulle vilja se striktare tillämpning av befintliga lagar och konstaterar att företag ofta kommer undan på grund av tillsynens komplexitet och kostnader (Appendix G #13). Han menar också att användare tenderar att utgå från att digitala gränssnitt de möter är säkra, vilket skapar en falsk trygghet. Brignull illustrerar detta genom en analogi:

“If you go to the supermarket, you will be able to buy food, knowing it’s safe. But if you went to a supermarket in a war-torn country, that’s just recovering, you might not

know what you're really buying. Is there heavy metals in the rice that you're buying? You don't know. You can't check. So, like, just because it's normal in that country and not normal in this country, it doesn't mean it's okay. You need to have some sort of moral frame here.” (Appendix G #6).

Denna liknelse syftar till att visa hur användare kan förväxla det vardagliga med det reglerade, att det som är vanligt förekommande online upplevs som säkert, trots att det saknas tydliga garantier. Det förstärker bilden av varför både rättsliga ramar och etisk vägledning behövs för att skydda användare i en digital miljö som i praktiken ofta är oreglerad eller bristfälligt övervakad.

Den här problematiken begränsar sig dock inte enbart till frågor om efterlevnad och tillsyn på företagsnivå. Colin Gray lyfter perspektivet ytterligare och kopplar frågan till det större systemet, där han uttrycker oro över att reglering ofta hamnar på efterkälken jämfört med snabbväxande teknologiska praktiker. Han ser ett behov av både nya regleringar och skärpta krav för att skydda användarens handlingsfrihet och värde i digitala miljöer (Appendix E #10).

5 Diskussion

I följande kapitel diskuteras de empiriska resultaten från enkätundersökning och intervjuerna, med utgångspunkt i tidigare forskning, de teoretiska perspektiv som presenterades tidigare samt genom egna tolkningar och reflektioner. Syftet är att belysa hur resultaten relaterar till studiens forskningsfråga och bidra till en fördjupad förståelse för användarens upplevelse av deceptive patterns.

5.1 Användarnas medvetenhet och subjektiva upplevelser

Trots den utbredda förekomsten är användarnas subjektiva upplevelse och medvetenhet om deceptive patterns ett komplext område. Även om begreppet har blivit mer känt enligt Brignull (2023) och Gray et al. (2020), tyder mycket på att medvetenheten bland användare fortfarande är begränsad i formell mening i likhet med studien från Bhoot et al. (2020). Deras studie visade att endast 15% av respondenterna kände till termen deceptive pattern, vilket vidare styrks av vår enkätstudie, där endast 22% av deltagarna uppgav att de kände till begreppet dark patterns eller deceptive patterns, medan 50% inte kände till det alls.

Även om användare ofta saknar språk eller begrepp för att beskriva manipulationen de utsätts för, tycks många ändå vara skickliga på att känna igen dem i praktiken. Trots brist på tydlig terminologi hos användare uppgav en stor andel (87,9 %) att de känner igen liknande designelement från andra digitala tjänster. Detta mönster, där användare känner igen deceptive patterns men saknar terminologi, bekräftas vidare av Bongard-Blanchy et al. (2021). Deras forskning visar också att vissa patterns är lättare att känna igen än andra, vilket likaså poängteras av respondenten Harry Brignull. Han lyfter fram exempel som “confirm shaming” som är särskilt enkla att identifiera för användare. Detta tyder på att igenkänning inte nödvändigtvis kräver språklig förståelse, men att bristen på begrepp kan försvåra kritisk reflektion.

Utöver kvantitativa svar ger fritextsvaren en mer nyanserad bild av hur användarna tolkar och upplever deceptive patterns. Några respondenter uttryckte misstänksamhet eller kritik, särskilt kring dolda avgifter eller hinder vid uppsägning, vilket beskrevs som exempelvis “luras”, “manipulativt” eller “scam-försök”. Samtidigt beskrev flera deltagare lösningen som förvalda alternativ som “neutrala”, “hjälp samma” eller till och med “positiva”. Det tyder på att användarnas subjektiva upplevelser formas av tidigare erfarenheter och kontext, snarare än en tydlig moralisk gränsdragning. Detta stödjer tidigare forskning som visar att även utan

begreppslig medvetenhet kan användare känna att något inte känns rätt, men inte alltid kunna formulera varför (Bhoot et al., 2020; Bongard-Blanchy et al., 2021).

Enkätundersökningen möjliggjorde också granskningen om demografiska faktorer som ålder och utbildning påverkade upplevelsen av deceptive patterns, vilken tidigare forskning av Bongard-Blanchy et al. (2021) antytt kan öka förmågan att identifiera vilseledande design. I vår studie fann vi dock inga statistiskt signifikanta skillnader i hur användare uppfattade manipulerande design baserat på vare sig ålder eller utbildningsnivå. Däremot visade analysen att vana av att använda digitala tjänster i vissa fall kan påverka hur design upplevs. I S1 upplevde deltagare med hög digital tjänstevana designen som mer manipulativ i betydande högre utsträckning. I S2 och S3 kunde däremot inga statistiskt säkerställda skillnader konstateras, vilket tyder på att vissa typer av vilseledande design upplevs som problematiska oavsett hur van användaren är vid digitala gränssnitt.

Detta aktualiserar frågor om hur tjänstevana påverkar användarens känslighet för den upplevda graden av manipulation. Intressant nog visar vår studie ett omvänt mönster jämfört med Witte et al. (2023), som fann att användare med låg vana av e-handel oftare upplever manipulation. Våra resultat tyder istället på att vana användare kan vara mer benägna att identifiera vissa typer av påverkan - särskilt när dessa bygger på subtila designprinciper som förvalda val, snarare än på uppenbara hinder eller kostnader.

Denna skillnad pekar på att upplevelsen av manipulation inte enbart styrs av emotionell reaktion, utan också av igenkänning och erfarenhet. Det är ett tema vi återkommer till i nästa avsnitt, där vi diskuterar möjligheten till normalisering och det som i tidigare forskning beskrivs som dark-pattern blindness.

5.2 Dark-pattern blindness och normalisering

Vår studie visade att deltagarna uppfattade de mönster som presenterades i scenarierna som både manipulativa och oetiska. I kombination med den höga graden av igenkänning som tidigare diskuterats uppstår här en paradox: användarna kan identifiera och kritisera deceptive patterns, men undviker dem ändå inte. Detta väcker frågor om varför insikt och negativ inställning inte nödvändigtvis leder till att användare ändrar sitt beteende eller undviker att agera i enlighet med designens intentioner. Även om en majoritet av deltagarna uppfattade scenarierna som etiskt tveksamma, framgick det att viljan att undvika liknande tjänster i framtiden inte alltid var lika stark. Detta kan tyda på ett komplext förhållande mellan attityd och faktiskt beteende.

En möjlig förklaring till glappet mellan åsikt och handling är att användarna har blivit vana vid dessa typer av designlösningar. I vår enkät uppgav 87,9 % att de kände igen elementen från andra digitala tjänster, och 72,7 % svarade att de ofta möter liknande mönster. Denna igenkänning kan bidra till en form av normalisering eller acceptans, trots en i grunden kritisk inställning. Bongard-Blanchy et al. (2021) beskriver detta som en känsla av att "det är så det funkar online", och flera av våra fritextsvar uttryckte liknande resonemang. Vissa

respondenter antydde att tjänstens upplevda nytta väger tyngre än det obehag som manipulationen orsakar, medan andra menade att mönstren blivit så vanliga att de inte längre reagerar. I praktiken kan samma designmönster uppfattas olika beroende på användarens erfarenhet, förväntningar och medvetenhet, vilket ytterligare försvårar tydliga definitioner (Mathur et al., 2021). För vissa kan igenkänning skapa motstånd, men för andra kan det leda till habituering, där manipulation inte längre upplevs som särskilt problematisk.

Många fritextsvar i enkäten antyder en viss normalisering av vilseledande design. Formuleringar som “man är så van vid det här” eller “det är normen idag” återkommer, och flera deltagare antyder att de accepterar påverkande mönster trots viss irritation eller misstro. Detta återspeglar begreppet dark-pattern blindness (Gunawan et al., 2021), där användaren påverkas utan att se det som avvikande. En respondent uttryckte till exempel att de kände igen mönstret, men inte stördes av det längre - ett exempel på habituering. Andra beskrev scenarierna som “basic” eller “något man får räkna med”, vilket tyder på att frekvent exponering kan leda till lägre reaktionsnivåer. Detta bekräftar tidigare forskning som menar att igenkänning inte alltid leder till motstånd, utan ibland till resignation (Bongard-Blanchy et al., 2021). Det är särskilt problematiskt i kontexter där användaren förväntas fatta informerade beslut, men i praktiken agerar på rutin eller vana.

Denna problematik förstärks ytterligare av det faktum att även kunniga användare inte är immuna mot manipulation. Brignull betonar att *“I teach this and I still get subjected to dark patterns”* (Appendix F #8), vilket illustrerar att kunskap och medvetenhet inte automatiskt skyddar användaren från påverkan. På liknande sätt lyfter Gray att *“even if we educate users, and they know how to respond to certain kinds of dark patterns, they don't necessarily act that differently”* (Appendix E #4). Detta tyder på att dark pattern blindness inte enbart är ett resultat av bristande förståelse, utan kan uppstå även hos erfarna användare. Medvetenhet och exponering är alltså inte alltid tillräckliga skydd, särskilt i vardagliga digitala miljöer där beslut fattas snabbt och med låg kognitiv ansträngning. Det stärker argumentet för att ansvaret inte bör läggas enbart på användaren - utan även på designpraxis, reglering och transparens.

Konceptet dark-pattern blindness beskriver också hur användare kan påverkas av manipulativa mönster utan att fullt ut kunna identifiera dem (Gunawan et al., 2021). I linje med detta menar Colin Gray att många användare visserligen upplever ett obehag - en *“vague sense of unease”* - men att de sällan är helt medvetna om manipulationen (Appendix E #4). Respondent Colin Gray beskriver detta som en form av digital resignation, där användare känner sig handlingsförlamade inför den rådande normen: *“Yes, dark patterns are so normalized that users often overlook them [...]. We sort of feel like we're resigned to our fate and that this is the world that we live in.”* (Appendix E #4).

Respondent Leiser påpekar att även experter - som han själv kan falla offer för dessa mönster, att förstå principerna bakom dem innebär inte nödvändigtvis att man undgår deras påverkan. Colin Gray håller med om detta och framhåller att medvetenhet i sig inte alltid är tillräcklig för att motstå påverkan. Han understryker dessutom att många användare sannolikt inte ens skulle beskriva sig själva som lurade, eftersom manipulationen sker öppet: *“A lot of users probably wouldn't say they were deceived, because what is happening is right in front of them”*

[...] *But they were being led and steered in such a way where they didn't feel like they had a choice.*" (Appendix E #6).

Denna kombination av låg medvetenhet, normalisering och resignation kan förklara varför användare trots igenkänning och kritisk inställning inte undviker manipulativa mönster. Det handlar inte nödvändigtvis om okunskap, utan om att alternativ saknas, motivationen är låg, eller att manipulationen har blivit en accepterad del av det digitala landskapet. Allt detta utgör en viktig dimension av användarperspektivet.

5.3 Gränsen mellan påverkan och manipulation

Teoretiska och empiriska resultat i denna studie visar att gränsen mellan legitim påverkan och vilseledande manipulation är flytande och ofta kontextberoende. Enligt tidigare forskning påverkas denna gräns bland annat av användarens tidigare erfarenheter, graden av tillit till tjänsten och graden av transparens i designen (Brignull, 2023; Mathur et al., 2019; Bhoot et al., 2020). Vad som för vissa användare upplevs som en vänlig nudge kan för andra kännas påtvingat, särskilt i situationer där valfriheten är begränsad (Brignull, 2023).

Även experterna påpekar att det är svårt att dra en tydlig gräns mellan övertalning och manipulation. Mark Leiser understryker att det är effekten av designmönstret på användaren, snarare än intentionen bakom det, som bör vara avgörande för om ett mönster ska betraktas som vilseledande. Detta perspektiv står i kontrast till resonemanget hos Clausen et al. (2022) och Gray et al. (2021), som betonar att det är avsikten, graden av transparens och användarkontexten som avgör om en design är ett deceptive pattern eller inte. Colin Gray benämner det som *"is the user getting value out of the interaction, or is the value really just coming to the shareholder?"* (Appendix E #2). Denna motsättning tydliggör en grundläggande oenighet inom forskningen om hur gränsen mellan påverkan och manipulation bör definieras, som antingen konsekvensbaserad eller avsikts- och kontextbaserad. Det belyser svårigheten att fastställa universella kriterier för vad som är acceptabel designpraxis i digitala miljöer.

Enkätresultaten visar också hur respondenterna har en delad åsikt på designvalen. Manipulativa mönster identifierades särskilt i situationer där användarna saknade transparens eller möjlighet att välja bort något. Hjälpsamma designlösningar, däremot, kännetecknades av upplevelser av kontroll, tydlighet och möjligheten att enkelt avstå från erbjudanden. Deltagarna gjorde tydliga åtskillnader mellan scenarierna. Vissa lösningar upplevdes som positiva, exempelvis: *"Skydd som läggs till men kan tas bort anser jag som en positiv tillägg från företagets sida"* och *"Hjälpsamt att kunna direkt se extra avgifter innan man slutför ett köp."* Andra beskrevs som direkt manipulerande när kontrollen brast, såsom i exemplet: *"Jag vill känna att jag har full kontroll över mina val utan att bli styrd."* Som vidare bekräftar att användarens upplevelse av autonomi och överblick är avgörande för hur ett designmönster uppfattas.

Detta stämmer även väl överens med Gray et al. (2018), som definierar deceptive patterns som mönster som begränsar användarens möjlighet till informerat och självständigt beslutsfattande. Något som tyder på att användarens upplevelse av frihet och överblick är centralt för om ett designval tolkas som manipulativt eller legitimt, vilket i sin tur bör vägleda utvecklingen av etisk designpraxis.

Den tidigare nämnda paradoxen, att användare kan identifiera och kritisera deceptive patterns utan att nödvändigtvis undvika dem - blir även relevant att återvända till i samband med användaracceptans. Användare kan acceptera tjänster med manipulerande inslag trots att de uppfattas som oetiska eller frustrerande (Bhoot et al., 2020). Ett tydligt exempel är S2, där ett förvalt avbokningsskydd påverkade nästan 88 % av enkätrespondenterna. Samtidigt visar de öppna svaren att vissa respondenter uppfattade just detta exempel som hjälpsamt, särskilt i de fall där tillvalet upplevdes som relevant och lätt att avmarkera. Detta belyser en central spänning inom perspektivet *Beyond the Instrumental*, där användarens upplevelse av meningsfullhet och emotionell respons kan stå i kontrast till en designlösningens påverkan på autonomi (Hassenzahl & Tractinsky, 2006).

Även om deceptive patterns ofta underminerar känslan av kontroll, visade vår studie att vissa designmönster ändå upplevdes som funktionella och hjälpsamma. Flera deltagare uttryckte att lösningar som exempelvis förvalda alternativ kunde vara praktiska, eftersom de förenklade beslutsfattandet och sparade tid. I dessa fall handlade acceptansen inte nödvändigtvis om en positiv eller etiskt godkänd användarupplevelse, utan snarare om effektivitet och bekvämlighet. Detta pekar på en begränsning i traditionella acceptansmodeller som TAM, där användbarhet främst relateras till upplevd nytta och enkelhet (Davis, 1989), medan aspekter som transparens och självbestämmande hamnar i skymundan. Ett mer holistiskt perspektiv på användarupplevelse erbjuds inom ramen för ISO 9241-11, där användbarhet förstås som en kombination av hur ändamålsenlig, effektiv och tillfredsställande en lösning är i relation till ett visst sammanhang och mål (International Organization for Standardization, 2018).

I relation till detta framkom det i vår studie att användare tenderar att acceptera påverkande designlösningar när de upplevs som effektiva och tidsbesparande, när det finns en upplevd möjlighet att välja bort dem, samt när syftet bakom designen upplevs som tydligt. Dessa faktorer knyter an till ISO:s bredare förståelse av användbarhet, och understryker att acceptans inte enbart bör tolkas som ett tecken på god design, utan också kan spegla en pragmatisk anpassning till ett gränssnitt som upplevs som nödvändigt snarare än optimalt.

Våra resultat visar att acceptans kan samexistera med upplevelser av manipulation, och att användare gör tydliga distinktioner mellan design som stärker respektive begränsar deras handlingsfrihet. Detta understryker vikten av att komplettera funktionella perspektiv med värdebaserade designramverk som Value Sensitive Design och Ethics of Persuasive Systems, som betonar kontroll, transparens och informerat deltagande (Berdichevsky & Neuenschwander, 1999; Friedman et al., 2006). För att skapa hållbara och etiskt försvarbara lösningar behöver framtida designpraxis alltså ta hänsyn inte bara till hur väl ett system fungerar, utan också till hur det påverkar användarens känsla av autonomi och tillit.

5.4 Juridiska aspekter och regulatoriska utmaningar

En kompletterande aspekt till studiens forskning är spänningen mellan juridiska regelverk och individens subjektiva upplevelse av vilseledning i digitala användargränssnitt. Även om regelverk som GDPR och DSA har införts för att skydda användares rättigheter och främja transparens, menar flera intervjurespondenter att dessa lagar i praktiken är otillräckliga för att fånga de subjektiva aspekterna av manipulation (European Union, 2016; European Union 2022). Mark Leiser påpekar att juridiken ofta fokuserar på den mätbara effekten på användargruppen som helhet - det vill säga ”*material distortion*” - snarare än på individens upplevda känsla av att ha blivit manipulerad. Detta innebär att vetenskapliga experiment och omfattande empiriska bevis ofta krävs för att visa på otillbörlig påverkan, vilket skapar en diskrepans mellan lagens intentioner och användarens vardagliga upplevelser. Dessutom framhåller både Harry Brignull och Mark Leiser att även när designmönster tekniskt sett bryter mot gällande regelverk, är tillsynen ofta ineffektiv. Harry Brignull menar att företag i praktiken ofta kommer undan ansvar, eftersom det är resurskrävande och juridiskt komplext att driva sådana fall. Detta skapar en situation där olagliga eller gränsöverskridande mönster kan fortleva i stor skala.

Etik inom UX-design framstår därmed som en nödvändig komplettering till de juridiska ramarna. Gray et al. (2018) lyfter att det inom UX-området ofta saknas en gemensam etisk infrastruktur liknande den som återfinns inom exempelvis ingenjörsk- eller vårdyrken. Istället betonas det individuella, professionella ansvaret, det Gray et al. (2018) kallar ”designkaraktär” - där varje designer behöver integrera etiska överväganden som en del av sin yrkespraktik. Harry Brignull förstärker detta perspektiv genom att framhålla att ansvaret att undvika manipulativ design ligger hos systemets skapare snarare än hos användarna själva.

Vårt resultat från enkätundersökningen bekräftar denna etiska dimension, där 50,4 % av respondenterna uttrycker att design som upplevs som vilseledande borde undvikas eller förbjudas. Dessutom, kopplade många sin bedömning av designens etiska legitimitet till upplevd transparens och respekt för deras valmöjligheter, vilket understryker att juridiskt skydd behöver kompletteras med en etiskt förankrad designpraxis. Detta indikerar en tydlig etisk intuition hos användarna, även om de kanske saknar detaljerad kunskap om de juridiska regelverken, vilket påpekas av Nouwens et al. (2020).

En viktig aspekt att beakta är att användare eventuellt utgår från att digitala gränssnitt är granskade och reglerade, vilket kan skapa en falsk känsla av trygghet. Harry Brignull påpekar att många användare sannolikt antar att gränssnitt de möter online är ”säkra” på samma sätt som produkter i en fysisk matbutik. Brignull jämför med hur konsumenter förväntar sig att varor i en butik är godkända och kontrollerade enligt gällande regelverk, en förväntan som riskerar att överföras till den digitala sfären. Detta antagande kan i sin tur minska den kritiska uppmärksamheten på manipulerande designval, särskilt i sammanhang där lagstiftningen ännu inte fångar upp de mer subtila formerna av påverkan. Det stärker behovet av såväl tydligare juridisk vägledning som ett etiskt ansvar hos designers, eftersom användarnas tillit lätt kan utnyttjas i system som formellt följer lagen men ändå undergräver deras autonomi.

5.5 Är deceptive patterns alltid ett problem?

Begreppet deceptive patterns antyder att ett designval är vilseledande eller skadligt för användaren. Men frågan är om alla mönster som faller inom denna definition verkligen bör betraktas som ett problem i praktiken. I många fall kan det snarare handla om kommersiell designpraxis - etablerade sätt att optimera konvertering och driva affärsresultat i digitala miljöer. Som Harry Brignull betonar är dessa mönster ofta industristandarder.

I kontexten av e-handel är många av dessa mönster inte bara vanliga utan också förväntade - som tidigare påpekats. Att dölja alternativ för att avbryta ett köp eller presentera förvalda tillval kan upplevas som störande, men av många användare betraktas det som något man "förväntar sig" i ett digitalt köpflöde. Det blir en del av vad Brignull (2023) beskriver som den normaliserade interaktionsmiljön, där både företag och användare agerar utifrån vedertagna mönster. För vissa enkätrespondenter upplevs till och med dessa "deceptive patterns" som hjälpsamma och som en smidighet.

Så är deceptive patterns verkligen ett problem? Återigen, så handlar det om kontexten. När det kommer till e-handel kan vissa deceptive patterns upplevas som en bekvämlighet som förenklar vardagen och som därmed tillåts väga tyngre än etiska invändningar. Den digitala smidigheten bidrar till att användare accepterar gränssnitt de annars skulle ifrågasätta. Detta tyder på att upplevelsen av nytta ibland övertrumfar både obehag och kritik, vilket i förlängningen kan normalisera oetiska designpraktiker och försvåra kritisk reflektion kring autonomi och valfrihet. I stället för att utgå från att användaren är offer för manipulation, kan vissa mönster förstås som en del av ett ömsesidigt spel mellan säljare och kund, där gränsen mellan påverkan och vilseledande ofta är förhandlingsbar.

Samtidigt blir dessa patterns betydligt mer problematiska i branscher som exempelvis spelindustrin där valen inte bara påverkar köpbeteenden, utan också potentiellt bidrar till ekonomisk utsatthet eller beroendeproblematik. Här kan samma typer av designmönster få långt mer påtagliga konsekvenser för användaren, och den etiska dimensionen blir tydligare.

Det är alltså inte bara mönstret i sig som bör bedömas, utan även sammanhanget i vilket det används och vilka konsekvenser det får för användaren. Detta tyder på att begreppet deceptive patterns kan behöva nyanseras - inte minst i forskningssammanhang för att särskilja mellan skadlig manipulation och kommersiell designpraxis.

5.6 Diskussion sammanfattning

Sammantaget pekar studien på en klyfta mellan användarnas emotionella/etiska reaktioner och deras formella medvetenhet samt faktiska beteenden. Användare är ofta medvetna om att de påverkas negativt och uttrycker motstånd, men känner sig vana vid mönstren och kan acceptera dem av pragmatiska skäl. Kriterier som transparens, kontroll och kontext är avgörande för hur design uppfattas. Samtidigt står juridiska ambitioner om att skydda användaren inför stora praktiska utmaningar, och ansvaret för etisk design vilar tungt på

enskilda designers i en bransch som saknar tydliga riktlinjer. Detta belyser behovet av både starkare normer, praktiskt etiskt stöd för designers och mer proaktiv tillsyn.

6 Slutsats

Denna studie har undersökt en central fråga i vår alltmer digitaliserade vardag: *Hur uppfattar användare deceptive patterns i digitala användargränssnitt - som vilseledande manipulation eller smart UX-design - och var går gränsen mellan påverkan och manipulation?* Genom en kombination av enkätundersökning och expertintervjuer har vi belyst både den subjektiva användarupplevelsen och det professionella perspektivet.

Utifrån studiens resultat kan vi konstatera att användare i stor utsträckning känner igen deceptive patterns, men att denna igenkänning inte alltid leder till avståndstagande. Tvärtom visar resultaten att även om många användare är kritiska till dessa mönster, accepteras de i praktiken, ofta för att de upplevs som bekväma, effektiva eller förväntade inslag i digitala tjänster. Denna till synes motstridiga hållning förstärks av experternas perspektiv, som pekar på att gränsen mellan påverkan och manipulation är komplex och beroende av kontext, transparens och intention. Studien visar därmed att deceptive patterns sällan uppfattas som neutrala, men att deras användning kan legitimeras eller tolereras utifrån praktiska överväganden snarare än etiska principer.

6.1 Viktiga insikter

Paradoxen mellan insikt och beteende

Att många användare är kritisk till design som upplevs som vilseledande var i linje med våra förväntningar. Det som däremot förvånade oss var i vilken utsträckning dessa mönster ändå accepteras eller till och med uppfattas som hjälpsamma. Trots att många användare upplever vissa designval som vilseledande, är de inte alltid benägna att avstå från att använda dessa tjänster. Det pekar på att etisk medvetenhet inte alltid leder till förändrat beteende, vilket tidigare forskning också har belyst. Detta antyder en form av digital resignation, där manipulerande design blivit det “normala”. En möjlig förklaring är att e-handel upplevs som en bekvämlighet som förenklar vardagen och därför får väga tyngre än etiska invändningar. För oss blir detta en tydlig illustration av hur deceptive patterns har normaliserats över tid, och i många fall betraktas som en del av det digitala landskapets spelregler snarare än som undantag.

Upplevelsen av etik är subjektiv och kontextberoende

Användarnas bedömningar varierade inte bara mellan scenarier, utan också beroende på graden av transparens, möjlighet att välja bort, och upplevd nytta. Detta understryker att det inte alltid är mönstret i sig, utan hur det presenteras och i vilken kontext det förekommer, som

avgör om det uppfattas som problematiskt. Denna etiska intuition hos användarna bör tas på större allvar i designpraxis.

Utmaning för traditionella acceptansmodeller

Studien visar att många deceptive patterns accepteras när de upplevs som effektiva eller bekväma, särskilt om de är lätta att förstå och går att välja bort. Detta speglar ISO 9241–11:2018:s tre dimensioner av användbarhet: ändamålsenlighet, effektivitet och tillfredsställelse. Däremot visar våra resultat också att traditionella modeller såsom TAM brister i att fånga användarens känsla av autonomi och etik. Ett system kan alltså accepteras utan att vara etiskt godtagbart.

Juridikens begränsningar och behovet av etisk design

Även om regelverk som GDPR och DSA sätter ramar för vad som är tillåtet, kvarstår problemet att tillsynen är svag och definitionerna ofta vaga. Resultatet pekar därför på ett behov av tydligare normer, praktiska vägledningar och ett ökat ansvarstagande bland designers och företag.

Begreppet deceptive pattern

Deceptive patterns bör inte ses som entydigt negativa, då deras upplevda problematik i hög grad beror på kontext. Inom e-handel kan de framstå som smidiga och förväntade inslag snarare än vilseledande manipulation. Samtidigt kan samma mönster i andra sammanhang, som spelindustrin, få allvarigare konsekvenser. Detta visar att begreppet deceptive patterns behöver nyanseras för att skilja mellan skadlig manipulation och etablerad designpraxis.

6.2 Kritisk inblick

Trots att studien ger värdefulla insikter om hur användare och experter uppfattar deceptive patterns, finns metodologiska begränsningar som bör beaktas. Eftersom enkäten bygger på självskattning, riskerar vissa mer subtila mönster att inte bli upptäckta – särskilt då användarnas medvetenhet ofta är implicit. Urvalet bestod främst av digitalt vana personer, vilket begränsar generaliserbarheten till bredare befolkningsgrupper. Scenariobeskrivningarna var medvetet avskalade för att isolera designmönstret, men vi är medvetna om att användares tolkning av påverkan till stor del formas av sammanhanget. Ett designmönster som accepteras i en e-handelssituation, exempelvis vid bokning av flyg, kan upplevas som påträngande eller olämpligt i andra sammanhang. Detta visar att användarnas bedömningar i hög grad påverkas av kontextuella faktorer som syfte, innehåll och förväntningar. Dessutom kvarstår utmaningen att det inte finns någon entydig definition av gränsen mellan påverkan och manipulation, vilket innebär att resultaten bygger på ett visst tolkningsramverk.

Vi är också medvetna om att vissa av enkätfrågorna kan uppfattas som ledande. Formuleringar som "Tyckte du att denna design var manipulativ eller hjälpsam?" samt "Tycker du att denna designlösning är etiskt försvarbar?" utgår från värdeladdade begrepp

som kan påverka deltagarnas tolkning och därmed deras svar. Dessa frågor formulerades dock utifrån studiens syfte att undersöka användarens subjektiva uppfattning om påverkan och etik - snarare än att slå fast en objektiv bedömning av designlösningen. I efterhand ser vi att en mer neutral frågekonstruktion, eller möjlighet till öppna svar, hade kunnat ge ett bredare tolkningsutrymme. Detta är en viktig lärdom för framtida studier inom ett normativt laddat område som detta.

6.3 Förslag på vidare forskning och implikationer

Denna studie har belyst användares upplevelser av deceptive patterns utifrån scenariobaserade exempel i e-handelstjänster. För framtida forskning vore det värdefullt att undersöka hur dessa upplevelser förändras i verkliga användarsituationer, där faktorer som stress, tidspress eller tillit till tjänsteleverantören kan påverka tolkningen. Ett möjligt nästa steg är att genomföra observationsstudier eller användartester i naturliga miljöer, där faktisk interaktion analyseras i relation till upplevd påverkan.

Vidare forskning bör också rikta uppmärksamhet mot specifika användargrupper som äldre, personer med låg digital vana eller kognitiva utmaningar, för att belysa olika former av digital sårbarhet. Även kulturella skillnader i hur användare tolkar och accepterar manipulerande design vore av intresse, inte minst i en internationell kontext där digitala normer varierar.

Ett område som förtjänar fördjupning är den så kallade acceptansparadoxen, det vill säga varför användare fortsätter använda tjänster de själva uppfattar som vilseledande eller oetiska. Här vore det särskilt intressant att undersöka effekten av normalisering och känslor av maktlöshet över tid, vilket kan bidra till att förklara varför kritiska användare ändå kvarstår som lojala kunder.

Slutligen bör begreppet deceptive patterns utforskas bredare än enbart utifrån gränssnittet, och även inkludera algoritmiska system, personalisering och andra dolda påverkningsstrukturer. Detta öppnar upp för ett framtida forskningsfält där man studerar hur automatiserade system påverkar användarens beslutskapacitet och autonomi.

Appendix A - AI-bidragsredogörelse

I arbetet med denna kandidatuppsats har det AI-baserade verktygen ChatGPT, NotebookLM, Scopus AI, Whisper och Otter.ai använts i stödjande syfte. Användningen har främst rört idéutveckling, strukturering av text samt språklig förbättring. Under uppsatsens inledande fas användes verktyget för att utforska relevanta problemområden inom digital design och konsumentbeteende.

ChatGPT har även fungerat som ett stöd i att skapa en tydlig disposition för uppsatsens teoretiska ramverk och metodavsnitt. Därutöver har verktyget använts för att omformulera och förbättra språk och flyt i vissa delar av uppsatsen.

NotebookLM har använts som ett komplement i litteraturgenomgången, specifikt för att sammanfatta längre texter och artiklar. Detta har underlättat förståelsen av komplexa begrepp samt effektiviserat analysen av tidigare forskning kring dark patterns, konsumenträtt och digitala designstrategier. I samband med litteraturgenomgången har även Scopus AI använts för att hitta relevanta källor inom ämnet.

För hantering av intervjumaterial användes OpenAI:s transkriptionsverktyg Whisper för att omvandla ljudinspelningar till text, vilket underlättade tematiseringen och analysen. Under transkriberingen kördes Whisper lokalt på datorn utan uppkoppling till internet för att försäkra att känslig data inte skickades till externa servrar, vilket stärker dataskyddet och följer etiska riktlinjer för hantering av personuppgifter. Den lokala körningen möjliggjorde en säker transkriptionsprocess där integriteten för deltagarnas svar bevarades. En av expertintervjuerna genomfördes inte som ett samtal, utan bestod av en ljudinspelning där respondenten läste in sina svar. Inspelelingen tillhandahölls via den AI-baserade tjänsten Otter.ai, vilket möjliggjorde automatisk transkribering av innehållet.

Det är viktigt att betona att inga texter har införts direkt från AI-verktyget utan vidare bearbetning. Samtliga formuleringar har granskats kritiskt och anpassats till uppsatsens syfte och akademiska krav. AI har därmed inte ersatt det självständiga akademiska arbetet, utan har använts som ett kompletterande verktyg i uppsatsens förberedande och redaktionella fase

Appendix C - Kontingenstabeller och chi-två-tester

I detta appendix presenteras de kontingenstabeller som låg till grund för chi-två-testerna i avsnitt 4.1.3. Tabellerna visar hur deltagarnas svar på frågan *“Tyckte du att designen var?”* (grupperade i kategorierna negativ, neutral och positiv) fördelas i relation till deras ålder, utbildningsnivå och digitala vana i respektive scenario (S1, S2 och S3).

Tabellerna används för att beräkna förväntade värden och p-värden enligt den metod som beskrivs i kapitel 3.

<i>S1: faktiska värden</i>					<i>S1: förväntade värden</i>				
Utbildning	Negativ (1-2)	Neutral (3)	Positiv (4-5)	Radtotal	Utbildning	Negativ (1-2)	Neutral (3)	Positiv (4-5)	
Eftergymnasial yrkesutbildning	7	4	2	13	Eftergymnasial yrkesutbildning	8,37	3,45	1,18	
Gymnasieutbildning	18	4	4	26	Gymnasieutbildning	16,74	6,89	2,36	
Universitet/högskola	60	27	6	93	Universitet/högskola	59,89	24,66	8,45	
Kolumntotal	85	35	12	132					
p-värde	0,37234519								
<i>S2: faktiska värden</i>					<i>S2: förväntade värden</i>				
Utbildning	Negativ (1-2)	Neutral (3)	Positiv (4-5)	Radtotal	Utbildning	Negativ (1-2)	Neutral (3)	Positiv (4-5)	
Eftergymnasial yrkesutbildning	5	7	1	13	Eftergymnasial yrkesutbildning	8,27	3,35	1,38	
Gymnasieutbildning	18	5	3	26	Gymnasieutbildning	16,55	6,70	2,76	
Universitet/högskola	61	22	10	93	Universitet/högskola	59,18	23,95	9,86	
Kolumntotal	84	34	14	132					
p-värde	0,18630381								
<i>S3: faktiska värden</i>					<i>S3: förväntade värden</i>				
Utbildning	Negativ (1-2)	Neutral (3)	Positiv (4-5)	Radtotal	Utbildning	Negativ (1-2)	Neutral (3)	Positiv (4-5)	
Eftergymnasial yrkesutbildning	7	5	1	13	Eftergymnasial yrkesutbildning	8,86	3,35	0,79	
Gymnasieutbildning	19	5	2	26	Gymnasieutbildning	17,73	6,70	1,58	
Universitet/högskola	64	24	5	93	Universitet/högskola	63,41	23,95	5,64	
Kolumntotal	90	34	8	132					
p-värde	0,74007484								

Figur C1: Kontingenstabell: Utbildningsnivå – scenario 1, 2, 3.

S1: faktiska värden					S1:förväntade värden				
Ålder	Negativ (1-2)	Neutral (3)	Positiv (4-5)	Radttotal	Ålder	Negativ (1-2)	Neutral (3)	Positiv (4-5)	
18-24 år	27	8	3	38	18-24 år	24,47	10,08	3,45	
25-34 år	22	12	4	38	25-34 år	24,47	10,08	3,45	
35-44 år	12	5	1	18	35-44 år	11,59	4,77	1,64	
45-54 år	7	4	1	12	45-54 år	7,73	3,18	1,09	
55+ år	16	6	3	25	55+ år	16,10	6,63	2,27	
Under 18 år	1	0	0	1	Under 18 år	0,64	0,27	0,09	
Kolumntotal	85	35	12	132					
p-värde	0,984591053								
S2: faktiska värden					S2:förväntade värden				
Ålder	Negativ (1-2)	Neutral (3)	Positiv (4-5)	Radttotal	Ålder	Negativ (1-2)	Neutral (3)	Positiv (4-5)	
18-24 år	26	9	3	38	18-24 år	24,18	9,79	4,03	
25-34 år	24	8	6	38	25-34 år	24,18	9,79	4,03	
35-44 år	12	6	0	18	35-44 år	11,45	4,64	1,91	
45-54 år	5	5	2	12	45-54 år	7,64	3,09	1,27	
55+ år	17	6	2	25	55+ år	15,91	6,44	2,65	
Under 18 år	0	0	1	1	Under 18 år	0,64	0,26	0,11	
Kolumntotal	84	34	14	132					
p-värde	0,121889838								
S3: faktiska värden					S3:förväntade värden				
Ålder	Negativ (1-2)	Neutral (3)	Positiv (4-5)	Radttotal	Ålder	Negativ (1-2)	Neutral (3)	Positiv (4-5)	
18-24 år	28	10	0	38	18-24 år	25,91	9,79	2,30	
25-34 år	28	8	2	38	25-34 år	25,91	9,79	2,30	
35-44 år	10	7	1	18	35-44 år	12,27	4,64	1,09	
45-54 år	8	2	2	12	45-54 år	8,18	3,09	0,73	
55+ år	15	7	3	25	55+ år	17,05	6,44	1,52	
Under 18 år	1	0	0	1	Under 18 år	0,68	0,26	0,06	
Kolumntotal	90	34	8	132					
p-värde	0,487471351								

Figur C2: Kontingenstabell: Ålder– scenario 1, 2, 3.

<i>S1: faktiska värden</i>					<i>S1: förväntade värden</i>				
Digital vana	Negativ (1-2)	Neutral (3)	Positiv (4-5)	Radtotal	Digital vana	Negativ (1-2)	Neutral (3)	Positiv (4-5)	
Hög digital vana (Dagligen)	35	23	3	61	Hög digital vana (Dagligen)	39,28	16,17	5,55	
Medelhög digital vana (Några gånger i veckan)	33	11	7	51	Medelhög digital vana (Några gånger i veckan)	32,84	13,52	4,64	
Låg digital vana (Någon gång i månaden / Mer sällan)	17	1	2	20	Låg digital vana (Någon gång i månaden / Mer sällan)	12,88	5,30	1,82	
Kolumntotal	85	35	12	132					
p-värde	0,02633629								
<i>S2: faktiska värden</i>					<i>S2: förväntade värden</i>				
Digital vana	Negativ (1-2)	Neutral (3)	Positiv (4-5)	Radtotal	Digital vana	Negativ (1-2)	Neutral (3)	Positiv (4-5)	
Hög digital vana (Dagligen)	38	16	7	61	Hög digital vana (Dagligen)	38,82	15,71	6,47	
Medelhög digital vana (Några gånger i veckan)	31	14	6	51	Medelhög digital vana (Några gånger i veckan)	32,45	13,14	5,41	
Låg digital vana (Någon gång i månaden / Mer sällan)	15	4	1	20	Låg digital vana (Någon gång i månaden / Mer sällan)	12,73	5,15	2,12	
Kolumntotal	84	34	14	132					
p-värde	0,82515406								
<i>S3: faktiska värden</i>					<i>S3: förväntade värden</i>				
Digital vana	Negativ (1-2)	Neutral (3)	Positiv (4-5)	Radtotal	Digital vana	Negativ (1-2)	Neutral (3)	Positiv (4-5)	
Hög digital vana (Dagligen)	35	22	4	61	Hög digital vana (Dagligen)	41,59	15,71	3,70	
Medelhög digital vana (Några gånger i veckan)	40	8	3	51	Medelhög digital vana (Några gånger i veckan)	34,77	13,14	3,09	
Låg digital vana (Någon gång i månaden / Mer sällan)	15	4	1	20	Låg digital vana (Någon gång i månaden / Mer sällan)	13,64	5,15	1,21	
Kolumntotal	90	34	8	132					
p-värde	0,14608648								

Figur C3: Kontingenstabell: Vana av digitala tjänster– scenario 1, 2, 3.

Appendix D - Kodningstabell

Nedan koder användes för att analysera våra intervjuer.

Tabell D1: Tabell över kategorisering.

Kategori	Förkortning & färgkod	Beskrivning
Definitioner och terminologi	DT / Gul	Hur deceptive patterns definieras
Gränsdragning mellan påverkan och manipulation	PM / Röd	Resonemang kring vad som avgör om ett designmönster är stödjande eller vilseledande
Användarmedvetenhet och upplevelse	AU / Orange	Bedömningar av hur medvetna användare är om deceptive patterns
Etiska perspektiv	EP / Grön	Reflektioner kring etiskt ansvar i design
Reglering och juridiska ramar	RJ / Blå	Expertens syn på existerande lagar (t.ex. GDPR, DSA)
Designpraxis och branschens normer	PN / Grå	Observationer om hur dessa mönster används i industrin, vad som är "accepterat"
Framtidsutsikter	FU / Rosa	Förslag på hur designpraxis, lagstiftning eller användarmedvetenhet kan förbättras för att minska användningen av vilseledande mönster.

Referenser

- Berdichevsky, D. and Neuenschwander, E., 1999. Toward an ethics of persuasive technology. *Communications of the ACM*, 42(5), pp.51-58.
<https://doi.org/10.1145/301353.301410>
- Bhoot, A.M., Shinde, M.A. and Mishra, W.P., 2020. Towards the identification of dark patterns: An analysis based on end-user reactions. In: *Proceedings of the 11th Indian Conference on Human-Computer Interaction (IndiaHCI '20)*, 5-8 November 2020, Online, India. ACM, pp.1-10. <https://doi.org/10.1145/3429290.3429293>
- Bongard-Blanchy, K., Rossi, A., Rivas, S., Doublet, S., Koenig, V. & Lenzini, G. (2021). "I am Definitely Manipulated, Even When I am Aware of it. It's Ridiculous!" – Dark Patterns from the End-User Perspective', *Proceedings of the 2021 ACM Designing Interactive Systems Conference (DIS '21)*, pp. 763–776.
<https://doi.org/10.1145/3461778.3462086>
- Braun, V., & Clarke, V. (2022). *Thematic analysis: A practical guide*. London: SAGE Publications Ltd.
- Brignull, H. (2010). *Deceptive Design*. <https://www.deceptive.design/> [Hämtad 21 mars 2025].
- Brignull, H. (2023). *Deceptive Patterns: Exposing the Tricks Tech Companies Use to Control You*. London: Testimonium Ltd.
- Bryman, A. (2016). *Social Research Methods* (5th ed.). Oxford University Press.
- Clausen, S., Marx, J., Mirbabaie, M., & Stieglitz, S. (2022). From dark patterns to digital sludging - Mapping the ethical debate on controversial persuasive system design. In *Proceedings of the International Conference on Information Systems (ICIS) 2022*.
https://aisel.aisnet.org/icis2022/soc_impact_is/soc_impact_is/11/ [Hämtad 1 april 2025].
- Davis, F.D. and Granić, A., 2020. *The Technology Acceptance Model: 30 years of TAM*. Cham: Springer. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-45274-2>
- Di Geronimo, L., Braz, L., Fregnan, E., Palomba, F., & Bacchelli, A. (2020). UI dark patterns and where to find them: A study on mobile applications and user perception. In *Proceedings of the 2020 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems (CHI '20)* (pp. 1-14). ACM. <https://doi.org/10.1145/3313831.3376600> [Hämtad 8 april 2025].

- Europeiska unionen. (2016). Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2016/679 av den 27 april 2016 om skydd för fysiska personer med avseende på behandling av personuppgifter och om det fria flödet av sådana uppgifter (Allmän dataskyddsförordning, GDPR). *Europeiska unionens officiella tidning*, L119, s. 1–88. <https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2016/679/oj> [Hämtad: 2 april 2025].
- Europeiska unionen. (2022). Regulation (EU) 2022/2065 on a Single Market for Digital Services (Digital Services Act). <https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2022/2065> [Hämtad 1 april 2025].
- Friedman, B., Kahn, P., Borning, A., Zhang, P., & Galletta, D.(2006). Value Sensitive Design and Information Systems. In *The Handbook of Information and Computer Ethics*. https://doi.org/10.1007/978-94-007-7844-3_4.
- Gray, C.M., Kou, Y., Battles, B., Hoggatt, J. & Toombs, A.L. (2018). The dark (patterns) side of UX design. *Proceedings of the 2018 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems (CHI '18)*, pp.1-14. <https://doi.org/10.1145/3173574.3174108> [Hämtad 1 april 2025].
- Gray, C. M., Chivukula, S. S., & Lee, A. (2020). What kind of work do “asshole designers” create? Describing properties of ethical concern on Reddit. In *Proceedings of the 2020 ACM Designing Interactive Systems Conference (DIS '20)* (pp. 61-73). ACM. <https://doi.org/10.1145/3357236.3395486> [Hämtad 5 april 2025].
- Gray, C.M., Santos, C., Bielova, N., Toth, M. & Clifford, D. (2021). Dark Patterns and the Legal Requirements of Consent Banners. *Proceedings of the 2021 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems (CHI '21)*, pp. 1–18. <https://doi.org/10.1145/3411764.3445779> [Hämtad 5 april 2025].
- Gunawan, J., Pradeep, A., Choffnes, D., Hartzog, W. & Wilson, C., 2021. A comparative study of dark patterns across mobile and web modalities. *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*, 5(CSCW2), Article 377, pp.1-29. <https://doi.org/10.1145/3479521> [Hämtad: 3 april 2025].
- Hassenzahl, M. & Tractinsky, N. (2006) User experience-a research agenda. *Behaviour & information technology* 25(2):91–97. <https://doi.org/10.1080/01449290500330331> [Hämtad: 3 april 2025].
- International Organization for Standardization. (2018). ISO 9241-11:2018: Ergonomics of human-system interaction — Part 11: Usability: Definitions and concepts. <https://www.iso.org/standard/63500.html> [Hämtad: 10 april 2025].
- Kim, W. G., Pillai, S. G., Haldorai, K., & Ahmad, W. (2021). Dark patterns used by online travel agency websites. *Annals of Tourism Research*, 88(C), 1-14. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.103166> [Hämtad 8 april 2025].

- Lupiáñez-Villanueva, F., Boluda, A., Bogliacino, F., Liva, G., Lechardoy, L., & Rodríguez de las Heras Ballell, T. (2022). Behavioural study on unfair commercial practices in the digital environment: Dark patterns and manipulative personalisation. *European Commission, Directorate-General for Justice and Consumers*.
<https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/606365bc-d58b-11ec-a95f-01aa75ed71a1> [Hämtad 9 april 2025].
- Mathur, A., Acar, G., Friedman, M. G., Lucherini, E., Mayer, J., Chetty, M., & Narayanan, A. (2019). Dark Patterns at Scale: Findings from a Crawl of 11K Shopping Websites. *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*, 3(CSCW), 1-32.
<https://doi.org/10.1145/3359183> [Hämtad 9 april 2025].
- Mathur, A., Kshirsagar, M., & Mayer, J. (2021). What makes a dark pattern... dark? Design attributes, normative considerations, and measurement methods. *Proceedings of the 2021 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, 1-18.
<https://doi.org/10.1145/3411764.3445610> [Hämtad 1 april 2025].
- Nouwens, M., Liccardi, I., Veale, M., Karger, D. & Kagal, L. (2020). Dark Patterns after the GDPR: Scraping Consent Pop-ups and Demonstrating their Influence. In: *Proceedings of the 2020 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems (CHI '20)*, 25-30 April 2020, Honolulu, HI, USA. ACM, pp. 1-13.
<https://doi.org/10.1145/3313831.3376321> [Hämtad 10 april 2025].
- Oates, B.J. (2006). *Researching Information Systems and Computing*, London: SAGE
- Persson, A., Fjelkegård, L., Hartwig, P. och Sundström, A., (2016). Frågor och svar: om frågekonstruktion i enkät- och intervjuundersökningar. Stockholm: Statistiska centralbyrån (SCB).
https://www.scb.se/contentassets/c6dd18d66ab240e89d674ce728e4145f/ov9999_2016a01_br_x08br1601.pdf [Hämtad 24 mars 2025]
- Preece, J., Rogers, Y., & Sharp, H. (2015). *Interaction Design: Beyond Human-Computer Interaction* (4th ed.). Wiley.
- Schneider, C., Weinmann, M. & vom Brocke, J. (2018). Digital Nudging: Guiding Online User Choices through Interface Design. *Communications of the ACM*, 61(7), pp. 67-73. <https://dl.acm.org/doi/10.1145/3213765>
- Thaler, R.H. & Sunstein, C. (2008). *Nudge: Improving Decisions About Health, Wealth, and Happiness*, [e-book] USA: Carvan book.
<https://www.researchgate.net/file.PostFileLoader.html?id=53abe564cf57d7df1e8b45f4&assetKey=AS%3A273548994646025%401442230571326> [Hämtad 9 april 2025].
- Tørning, K. & Oinas-Kukkonen, H. (2009). Persuasive system design: state of the art and future directions. In: *Proceedings of the 4th International Conference on Persuasive Technology (Persuasive '09)*. New York: ACM, pp. 1-8.
<https://doi.org/10.1145/1541948.1541989> [Hämtad 8 april 2025].

Witte, J., Kenning, P. and Brock, C., 2023. Consequences of user manipulation through dark patterns. *In: Proceedings of the Forty-Fourth International Conference on Information Systems (ICIS 2023), 10-13 December 2023, Hyderabad, India*. AIS Electronic Library (AISeL). <https://aisel.aisnet.org/icis2023/hti/hti/5> [Hämtad 10 april 2025].