

Horváth Zsombor

jogballgató (PTE ÁJK)

Az online platformok sötét oldala: a *dark pattern*

I. Témaválasztás indoklása

Az online kereskedelmi platformok és közösségi oldalak terjedésével megjelent az úgy nevezett *dark pattern* jelenség. Habár mind az Európai Unióban és az USA-ban megjelent már a szándék, és több esetben a konkrét szabályozás is, Magyarországon egyelőre a törvényi szinteken nem nevesítették a jelenséget. Jogalkalmazói szinten a GVH több esetben foglalkozott már *dark pattern*-nel érintett esetekkel, de ők sem használták a kifejezést a megvalósult jogsértések kapcsán. A dolgozatom során teljes körű áttekintést szeretnék nyújtani a jelenség kapcsán mind elméleti, fogalmi szinten, mind pedig a konkrét törvényhozás és jogalkalmazás kapcsán. A dolgozat első részében a fogalom meghatározás mellett számba veszem Magyarországot, az Európai Unió és az USA szabályozását a téma kapcsán, a második felében pedig konkrét jogsértéseket és eljárásokat veszek számba, végül pedig a törvényhozói és jogalkalmazói szférán kívül jelenségeket ismertetem a *dark pattern* kapcsán.

II. Fogalommeghatározás

II.1. A magyarországi fogalommeghatározás

A *dark pattern* kifejezés az utóbbi években jelent meg a köztudatban, az online tér, a weboldalak vonatkozásában. Magyar fordításban többnyire a sötét megoldás, sötét minta, vagy sötét jel kifejezés a használatos. A fogalom meghatározás nem egyszerű feladat, mivel rendkívül szerteágazó jelenségről van szó. A sötét mintákkal foglalkozó *darkpattern.org* weboldal meghatározása szerint ez egy olyan, weboldalakon és applikációkban használt megoldás vagy trükk, amivel a vásárlókat ráveszik arra, hogy olyan dolgokat tegyenek meg, ami eredetileg nem állt szándékukban.¹ Ilyen lehet a vásárlás vagy egy weboldalra történő regisztráció.

A *dark pattern* kifejezést először Harry Bignull használta, aki később a jelenség kapcsán megalkotta a *roach motel* kifejezést is.²

Tóth András szerint a *dark pattern* lényege, hogy a fogyasztó hozzájárulását olyan grafikus megoldással szerzik meg, ami azt a benyomást kelti, hogy a fogyasztó egyetlen lehetősége a

¹ What are dark patterns? Deceptive Design. <https://www.darkpatterns.org/> (2022.03.20.)

² Sean Kellogg. How US, EU approach regulating 'dark patterns.' IAPP. <https://iapp.org/news/a/ongoing-dark-pattern-regulation/> (2022.03.20.)

beleegyezés.³

Az Állami Számvevőszék 2022-ben megjelent elemzésében a *dark pattern*-t együtt említi a *FOMO*, és a *scarcity bias* jelenségekkel⁴. Az elemzés szerint ezek a jelenségek felugró üzenetek formájában a kínálat szűkösségére hívják fel a figyelmet, ezzel is a lemaradás érzését keltve a fogyasztóban.

II.2. Az Európai Unió fogalommeghatározása

2021-ben már Európai Unió is részletesebben foglalkozott a kérdéskörrel. Az Európai Bizottság adott ki tavaly decemberben egy közleményt „a belső piacon az üzleti vállalkozások fogyasztókkal szemben folytatott tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatairól szóló 2005/29/EK európai parlamenti és tanácsi irányelv” értelmezéséhez és alkalmazásához. E szerint a *dark pattern* egy rosszindulatú befolyásolás, amit a különböző digitális interfészekbe építenek be.⁵ A közlemény külön kitér a mintázatok jellegére, amely lehet személy- vagy adatközpontú, de általános alapon végrehajtható is. A továbbiakban sem a közlemény, sem az irányelv nem határoz meg konkrét jogi fogalmat a jelenség kapcsán.

II.3. Az amerikai fogalom meghatározás

Az amerikai Mark R. Warner szenátor a *Deceptive Experiences To Online Users Reduction (DETOUR) Act* kapcsán a sötét mintákat olyan megtévesztő felületeknek és alapléteztett beállításoknak nevezi, amelyek viselkedépszichológiai jelenségekre támaszkodva veszik rá a fogyasztót olyan magatartások tanúsítására, amik alapvetően nem állnának szándékában. A nyilatkozatban a személyes adatok megszerzését jelöli meg célul a szenátor. A másik előterjesztő szenátor, Deb Fischer szerint ezek olyan felhasználói felületek, amik szándékosan korlátozzák a megértést, és gyengítik a fogyasztó választási lehetőségét.⁶

II.4. A fogalmak összegzése

A legtöbb fogalom meghatározás nagyban fedi egymást, így kijelenthető, hogy a *dark pattern* egy, a

³ Tóth András: A tisztességes adatkereskedelmet biztosító szabályozás szükségességéről. Állam- és Jogtudomány 2021/3. sz.

⁴ Elemzés. A techipar, az e-kereskedelem, a magyar termékek kereskedelme és a kapcsolódó uniós szabályozásának az elemzése. Állami Számvevőszék. https://www.asz.hu/storage/files/files/elemzesek/2022/E2124_Techipar_e_ker.pdf?ctid=1310 (2022.03.20.)

⁵ A Bizottság közleménye – Iránymutatás a belső piacon az üzleti vállalkozások fogyasztókkal szemben folytatott tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatairól szóló 2005/29/EK európai parlamenti és tanácsi irányelv értelmezéséhez és alkalmazásához (2021/C 526/01).

⁶ Senators Introduce Bipartisan Legislation to Ban Manipulative 'Dark Patterns'. Warner Senate. <https://www.warner.senate.gov/public/index.cfm/2019/4/senators-introduce-bipartisan-legislation-to-ban-manipulative-dark-patterns> (2022.03.30)

felhasználói felületbe épített, sok esetben grafikai megoldást is tartalmazó üzenet, vagy funkció, amely a felület létrehozója számára előnyös irányba befolyásolja fogyasztói döntést. A fogalom meghatározók abban is egyetértenek, hogy az ilyen gyakorlat tisztességtelen, a fogyasztók érdekeit sérti.

III. A dark pattern helye a magyarországi szabályozásban

III.1. Tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat

A magyarországi törvényhozás a tisztességtelen piaci magatartásokat az 1996. évi LVII. számú, a tisztességtelen piaci gyakorlatról és a versenykorlátozás tilalmáról szóló törvényben, valamint a 2008. évi XLVII számú, a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen piaci gyakorlat tilalmáról szóló törvényben szabályozza. Ezen törvények tételesen nem említik a *dark pattern*-t, mint jelenséget.

A megfelelő rendszertani elhelyezéshez a *dark pattern* fogalmát szükséges elemezni. Ebben az esetben az előzőekben említett fogalom második részére szükséges koncentrálni, miszerint *a felület létrehozója számára előnyös irányba befolyásolja a fogyasztó döntését*. A 2008. évi XLVII. törvény, a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen piaci gyakorlat tilalmáról 3.§ így fogalmaz:

„Tisztességtelen az a kereskedelmi gyakorlat, ... amely érzékelhetően rontja azon fogyasztó lehetőségét az áruval kapcsolatos, a szükséges információk birtokában meghozott tájékozott döntésre, akivel kapcsolatban alkalmazták, illetve akibez eljut, vagy aki a címzettje, és ezáltal a fogyasztót olyan üzleti döntés meghozatalára készíti, amelyet egyébként nem hozott volna meg (a továbbiakban: a fogyasztói magatartás torzítása), vagy erre alkalmas.”⁷

A fent leírtakra tekintettel a fogalom alapján a *dark pattern* fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatnak minősíthető, hiszen a törvény fogalmazása szerint tilos minden olyan kereskedelmi gyakorlat, ami a fogyasztót olyan üzleti döntés meghozatalára készíti, amit egyébként nem hozott volna meg. Az előző részben taglalt fogalmak közül több is külön kitér arra, hogy különböző viselkedépszichológiai mintázatokra építve veszi rá a fogyasztót a kívánt döntés meghozatalára (pl.: kimaradás vagy lemaradás érzet keltése.)

Meg kell jegyezni, hogy az Fttv. 1.§ (1) bekezdés és 2.§ a) pontja szerint tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatot kizárólag olyan természetes személy ellen lehet elkövetni, aki önálló foglalkozásán és gazdasági tevékenységén kívül eső célok elérése érdekében cselekszik.⁸

Fontos kiemelni, hogy a törvény szerint nem tekinthető tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatnak, ha egy reklám (pl.: felugró ablakban megjelenő hirdetés) túlzó, ha nem haladja meg a reklám természetéből fakadó mértéket.⁹ Ezen megkötés miatt sok esetben nehezen meghatározható,

⁷ A fogyasztókkal szembeni tisztességtelen piaci gyakorlat tilalmáról szóló 2008. évi XLVII. törvény 3. § (2) (a továbbiakban: Fttv.)

⁸ Juhász Miklós – Ruszthiné Juhász Dorina – Tóth András: Kommentár a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló 1996. évi LVII. törvényhez. Gazdasági Versenyhivatal, Budapest 2014. 783. o.

⁹ Fttv. 4. § (3)

hogy *dark pattern*-nek minősíthető-e egy ilyen felugró ablak.

III.2. Megtévesztő kereskedelmi gyakorlat

A magyar szabályozási környezet és egyes fogalom meghatározások tekintetében megtévesztő kereskedelmi gyakorlatnak is minősülhetne a *dark pattern*. A törvény szerint megtévesztő kereskedelmi gyakorlat, ha valótlan tényt állít, vagy valós tényt olyan módon állít, hogy a fogyasztó olyan döntést hoz meg, amit egyébként nem hozott volna meg.¹⁰ A törvény a tételes felsorolás során említi azt, ha az ilyen tény az áru mennyiségére vonatkozik.¹¹ A *dark pattern* gyakori felhasználási módja, amikor egy adott weboldal a rendelhető áru mennyiségét úgy tünteti fel, hogy a fogyasztó annak következtében – tartva a le vagy kimaradástól (*FOMO* jelenség) – úgy rendel meg, hogy azt egyáltalán nem tervezte, vagy a tervezett időnél előbb rendel meg. Gyakori eset még, hogy csak a jelenleg rendelkezésre álló árumennyiség van feltüntetve, amiből a fogyasztó tévesen feltételezheti, hogy a jövőben nem készül több a megtekintett termékből.

Szintén vonatkozhat a *dark pattern*-re a törvény 7.§ paragrafusában miszerint megtévesztő az a kereskedelmi gyakorlat, amely, „...az adott helyzetben a fogyasztó tájékozott ügyleti döntéséhez szükséges és ezért jelentős információt elhallgat, elrejt, vagy azt homályos, érthetetlen, félreérthető vagy időszerűtlen módon bocsátja rendelkezésre”.¹² Ide sorolhatók a sötét minták azon formái, mint például, amikor nem ismerhető meg, vagy csak aránytalanul nehezen ismerhető meg az ÁSZF, illetve a weboldalon csak aránytalanul nehezen található meg a leiratkozás vagy a felhasználói fiók törlésének lehetősége.

Amennyiben összevetjük a két kereskedelmi gyakorlatot, úgy látható, hogy a *dark pattern* mindkettőhöz közel áll, azonban mégis inkább minősíthető tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatnak. Ezt a fogalom meghatározásból lehet kikövetkeztetni, mivel a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat fogalmában jelenik meg célként a fogyasztó olyan ügyleti döntésre való ösztönzése, amelyet egyébként nem hozott volna meg.

IV. A dark pattern helye az európai uniós szabályozásban

IV.1. Tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat

Az Európai Parlament és a Tanács 2005/29/EK irányelve szerint tisztességtelen az a kereskedelmi gyakorlat, amely a termékkel kapcsolatban jelentősen torzítja vagy torzíthatja azon átlagfogyasztó gazdasági magatartását, akihez eljut vagy aki a címzettje, illetve – amennyiben a kereskedelmi gyakorlat

¹⁰ Fttv. 6. § (1)

¹¹ Fttv. 6. § (1) bb)

¹² Fttv. 7. § (1) a)

egy bizonyos fogyasztói csoportra irányul – a csoport átlagtagjának a gazdasági magatartását.¹³ Fontos kiemelni, hogy a magyar szabályozáshoz hasonlóan jelen irányelv is külön kitér, és nevesít a fogyasztó fogalmát. Ahogy a magyar szabályozásban, úgy a fogyasztó itt is olyan természetes személy, aki a kereskedelmi gyakorlat során a kereskedelmi, ipari, kézműipari vagy szakmai tevékenységén kívül eső célok elérése érdekében cselekszik.¹⁴ Az irányelv fogalommeghatározása kifejti a „fogyasztók gazdasági magatartásának jelentős torzítása” fordulatot is. E szerint fogyasztók gazdasági magatartásának jelentős torzítása alkalmas arra, hogy érzékelhetően rontsa a fogyasztó tájékozott döntés meghozatalára való képességét, ezáltal olyan döntés meghozatalára ösztönzi a fogyasztót, amelyet egyébként nem hozott volna meg.¹⁵ Ha összevetjük ezt a fogalmat a *dark pattern* fent leírt fogalmaival, láthatjuk, hogy a második fordulat („olyan döntés meghozatalára ösztönzi a fogyasztót, amelyet egyébként nem hozott volna meg”) pontosan egyezik az egyik legfontosabb, és gyakran előforduló fogalmi elemmel.

IV.2. Megtévesztő kereskedelmi gyakorlat

Az európai uniós szabályozás is külön beszél a megtévesztő kereskedelmi gyakorlatokról ugyanennek a 2005/29/EK irányelvnek a keretein belül. Hasonlóan a magyar szabályozáshoz, megadja, hogy melyek azok az lényeges információk, amelyek kapcsán a valótlan állítás, vagy félrevezető megjelenítés kimeríti a megtévesztő kereskedelmi gyakorlat fogalmát.¹⁶ A felsorolás a második helyen említi a termék elérhetőségét, amely sok esetben vonatkozhat az elérhető raktárkészlet mennyiségére.¹⁷ Ahogy fent említettem, több weboldal tüntet fel ellenőrizhetetlen információkat a rendelkezésre álló raktárkészletről, ami sok esetben folyamatosan csökken az oldalon tartózkodás ideje alatt, és ezzel folyamatosan abba az irányba tereli a fogyasztót, hogy minél előbb rendelje meg az adott terméket, vagy lemarad (ebben az esetben a weboldal tudatosan épít a *FOMO* jelenségre a fogyasztókkal szemben).

Ahogy a magyar, úgy az európai uniós szabályozás esetében is be kell sorolnunk a *dark pattern*-t a megtévesztő, vagy a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat fogalma alá. Az uniós szervek ezen a téren már előrébb járnak, mint a magyar jogalkotó. A Bizottság a *belső piacon az üzleti vállalkozások fogyasztókkal szemben folytatott tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatairól szóló 2005/29/EK európai parlamenti és tanácsi irányelv* értelmezéséhez és alkalmazásához kiadott iránymutatása a *dark pattern*-t

¹³ Az Európai Parlament és a Tanács 2005/29/EK irányelve a belső piacon az üzleti vállalkozások fogyasztókkal szemben folytatott tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatairól (a továbbiakban: 2005/29/EK irányelv) 5. cikk (2) b)

¹⁴ 2005/29/EK irányelv 2. cikk a)

¹⁵ 2005/29/EK irányelv 2. cikk e)

¹⁶ 2005/29/EK irányelv 6. cikk (1)

¹⁷ 2005/29/EK irányelv 6. cikk (1) b)

többször a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatok között említ.¹⁸ Mindazon által az iránymutatás kijelenti azt is, hogy az adott *dark pattern* milyenségétől függően lehet megtévesztő piaci gyakorlat, vagy pedig agresszív piaci gyakorlat is.¹⁹

IV.3. A nevesített *dark pattern* módszerek

A 2005/29/EK irányelv mellé kiadták annak I. számú mellékletét is. Ez a melléklet tartalmaz, és tilt több olyan esetet, amelyek *dark pattern*-nek minősülhetnek a Bizottság iránymutatása szerint.²⁰

Ebben a felsorolásban kap helyet, az úgy nevezett „*bait and switch*” nevű jelenség is.²¹ Ennek során a kereskedő meghatározott áron kínál egy terméket, amely kapcsán nem tűnteti fel, hogy nem elérhető (a melléklet ezt csalogató reklámnak minősíti). Ezután az adott rendelést nem veszik fel, vagy ésszerűtlen szállítási időt jelölnek meg, majd egy másik terméket kezdenek népszerűsíteni helyette.²²

A felsorlás egy másik eleme az a kereskedelmi gyakorlat, melynek során a kereskedő a sürgősség és a kimaradás veszélyének éreztét kelti a fogyasztóban azáltal, hogy a választott termék csak erősen korlátozott ideig kapható, vagy pedig a korlátozott időn felül különleges körülmények mellett lesz kapható.²³ A Bizottság iránymutatása az irányelvről ezen a ponton említi a már általam is fentebb taglalt, különböző weboldalakon beállított hamis, ellenőrizhetetlen visszaszámlálókat és az ezekkel járó korlátozott készletre vonatkozó állításokat.²⁴

Szintén említik azt a jelenséget, melynek során a fogyasztót félretájékoztatják az adott termék fellelhetőségéről, és azzal kapcsolatos piaci feltételekről, és ezáltal próbálják rábírní a termék kevésbé kedvező feltételek melletti megvásárlására.²⁵

A felsorolásban megjelennek a különböző nyereményjátékok, amik azt állítják a fogyasztó (vagy weblap felhasználó) nyert, azonban ezek a nyeremények később sem kerülnek kiosztásra²⁶ és szintén itt említi a valótlanul, „ingyenes”, „díjtalan” és a „térítésmentes” jelzővel ellátott termékeket is.²⁷

¹⁸ Iránymutatás a belső piacon az üzleti vállalkozások fogyasztókkal szemben folytatott tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatairól szóló 2005/29/EK európai parlamenti és tanácsi irányelv értelmezéséhez és alkalmazásához (a továbbiakban: Iránymutatás a 2005/29/EK irányelv értelmezéséhez és alkalmazásához) 4.2.7.

¹⁹ Iránymutatás a 2005/29/EK irányelv értelmezéséhez és alkalmazásához 4.2.7.

²⁰ Iránymutatás a 2005/29/EK irányelv értelmezéséhez és alkalmazásához 4.2.7.

²¹ 2005/29/EK irányelv I. Melléklet, 5) és 6)

²² Iránymutatás a 2005/29/EK irányelv értelmezéséhez és alkalmazásához 4.2.7.

²³ 2005/29/EK irányelv I. Melléklet, 7)

²⁴ Iránymutatás a 2005/29/EK irányelv értelmezéséhez és alkalmazásához 4.2.7.

²⁵ 2005/29/EK irányelv I. Melléklet, 18)

²⁶ 2005/29/EK irányelv I. Melléklet, 19) és 31)

²⁷ 2005/29/EK irányelv I. Melléklet, 20)

Az iránymutatás utolsóként említi a melléklet felsorolásából azt a jelenséget, mely ismétlődő, tartós, tolakodó és nem kívánt felhívásokat használ fel arra, hogy a fogyasztó valamit elfogadjon, vagy megtegyen.²⁸ Az irányelv szerint ez tartós és nem kívánt megkeresésnek minősülhet.²⁹

Az iránymutatás a sötét minták közé sorolja a „megtévesztő ingyenes próbákat és előfizetési csapdákat”, mivel a felhasználói felület tervezése közben a kereskedőknek szem előtt kell tartani, hogy ugyan olyan könnyű legyen leiratozni az adott előfizetésről, mint ahogy előfizetett rá a fogyasztó.³⁰

Szintén *dark pattern* lehet az iránymutatás szerint az az eset, amikor az online kereskedők elrejtik a további szolgáltatások meg **nem** rendelésnek lehetőségét.³¹

V. Az USA szabályozása a *dark pattern* kapcsán

V.1. A „DETOUR” javaslat

Az USA-ban is felfigyeltek az utóbbi években a *dark pattern* terjedésére. Egy 2019-ben megjelent tanulmány szerint, minden tizedik online kereskedelmi platform használt valamilyen módon *dark pattern*-t.³² Mára több javaslat, törvényjavaslat és törvény született a jelenség megfékezésére.

Az egyik ilyen javaslat az általam már említett, Mark R. Warner és Deb Fischer szenátorok „DETOUR” program javaslata, amely a sötét minták betiltását célozza. Mutatja az ügy jelentőséget az is, hogy a program két párti, mivel az egyik szenátor a Demokrata Párt tagja, míg a másik a Republikánus Párt színeiben politizál. A „DETOUR” javaslat szerint meg kell tiltani, hogy a több, mint 100 millió aktív havi felhasználóval rendelkező online platformok olyan felhasználói felületeket hozzanak létre, amelyek szándékosan rontják a felhasználók megalapozott döntéshozatalának lehetőségét.³³ Létrehoznának egy szakmai tanácsadó testületet, amely képes lenne vezetni egy listát a *dark pattern*-t megvalósító tervezési gyakorlatokról.³⁴ Ebben az elképzelésben az FTC egy fajta felügyelőként, szabályozás végrehajtóként kapna szerepet.

V.2. A kaliforniai szabályozás

Kaliforniában 2021. március 15-én lépett hatályba a *California Consumer Privacy Act* azon rendelkezése,

²⁸ 2005/29/EK irányelv I. Melléklet, 26)

²⁹ Iránymutatás a 2005/29/EK irányelv értelmezéséhez és alkalmazásához 4.2.7.

³⁰ Iránymutatás a 2005/29/EK irányelv értelmezéséhez és alkalmazásához 4.2.7.

³¹ Iránymutatás a 2005/29/EK irányelv értelmezéséhez és alkalmazásához 4.3.1.

³² Arunesh Mathur – Gunes Acar – Michael J. Friedman – Elena Lucherini – Jonathan Mayer – Marshini Chetty – Arvind Narayan. Dark Patterns at Scale: Findings from a Crawl of 11K Shopping Websites. Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction 2019/2. sz.

³³ Senators Introduce Bipartisan Legislation to Ban Manipulative 'Dark Patterns'. Warner Senate. <https://www.warner.senate.gov/public/index.cfm/2019/4/senators-introduce-bipartisan-legislation-to-ban-manipulative-dark-patterns> (2022.03.30.)

³⁴ Ld. Uo.

amely tiltja a *dark pattern*, valamint minden olyan webhely design és tervezés használatát, amely ráveheti a fogyasztókat adataik megosztására.³⁵ Kalifornia volt az első állam az USA-ban, aki betiltotta a *dark pattern* használatát, és emellett 30 napos határidőt kaptak a cégek, hogy befejezzék az ilyen jellegű törvénysértéseket. Allan Ahtar cikkéből kiderül, hogy a kaliforniai törvényhozás is tisztességtelen piaci gyakorlatnak minősíti a *dark pattern*-t.³⁶

V.3. A Federal Trade Commission álláspontja

2021-re már az amerikai *Federal Trade Commission* (FTC) is tájékoztatta a fogyasztókat, és vállalatokat, hogy fellép a *dark pattern* használata ellen. Az FTC konkrétan arra figyelmeztette a vállalatokat, hogy jogi lépéseket foganatosítanak azon vállalatokkal szemben, akik nem teszik lehetővé a megfelelő előzetes tájékozódást a hozzájárulás előtt, valamint az előfizetés vagy regisztráció egyszerű lemondását.³⁷ A nyilatkozat szerint a vállalatoknak három kulcsfontosságú feltételt kell teljesíteniük az új szabályozás kapcsán.³⁸

Világos és jól látható közzététele a termékre vagy szolgáltatásra vonatkozó minden részletnek. Ideértve a további fizetés elkerüléséhez szükséges lemondás határidejét, a díjak összegét és gyakoriságát, valamint az elállás módját. A nyilatkozat itt külön részletezi, hogy mint jelent az egyértelmű és szembeűnő kifejezés az adott helyzetben, valamint, hogy a lemondás lehetőségének legalább olyan szembeűnőnek kell lennie, mint az előfizetési ajánlatnak.

A cégeknek a fogyasztó kifejezett hozzájárulását kell kérni mielőtt díjat számítana fel a szolgáltatásért. Tiltja az úgy nevezett „*negative option feature*” használatát az ilyen beleegyezések során.

Biztosítani kell a könnyű és egyszerű elállást a szolgáltatástól.

Szintén az USA-ban, az FTC eljárásai kapcsán kezdték emlegetni a *dark pattern* mellett, az úgy nevezett „*roach motel*” jelenséget. A jelenséget úgy jellemzik, mint „ahova könnyű bejutni, de lehetetlen kijutni”. A kifejezést jelenleg az előfizetések lemondása kapcsán használják, abban az esetben, ha túlságosan nehéz vagy körülményes a díjfizetés lemondása.

³⁵ Allana Ahtar. California is banning companies from using 'dark patterns,' a sneaky website design that makes things like canceling a subscription frustratingly difficult. Business Insider. <https://www.businessinsider.in/California-is-banning-companies-from-using-dark-patterns-a-sneaky-website-design-that-makes-things-like-canceling-a-subscription-frustratingly-difficult/articleshow/81538172.cms> (2022.04.05.)

³⁶ Ld. Uo.

³⁷ FTC to Ramp up Enforcement against Illegal Dark Patterns that Trick or Trap Consumers into Subscriptions. Federal Trade Commission. <https://www.ftc.gov/news-events/news/press-releases/2021/10/ftc-ramp-enforcement-against-illegal-dark-patterns-trick-or-trap-consumers-subscriptions> (2022.04.05.)

³⁸ Ld. Uo.

VI. A magyarországi szankciórendszer

VI.1. Felelősség a dark pattern alkalmazása esetén

Az Fttv. 9.§ szerint a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat esetén az a vállalat felel a tilalom megszegéséért, amelyik a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlattal érintett ügylet ösztönzése érdekében állt.³⁹ Szintén a 9.§ paragrafus rendelkezik arról, hogy amennyiben szerződés alapján, a vállalkozás érdekében más valósítja meg a jogsértést, abban az esetben is vállalkozás felel⁴⁰, azonban a *dark pattern* esetén nem csak az a vállalkozás felel, akinek érdekében állt az ügylet ösztönzése. A (3) bekezdés kimondja, hogy:

„A (2) bekezdéstől eltérően, a kereskedelmi kommunikáció megjelenítési módjával összefüggő okból eredő jogsértésért az is felel, aki a kereskedelmi kommunikációt az arra alkalmas eszközök segítségével megismerhetővé teszi, valamint aki önálló gazdasági tevékenysége körében a kereskedelmi kommunikációt megalkotja vagy ezzel összefüggésben egyéb szolgáltatást nyújt”.⁴¹

A *dark pattern* jellegéből fakadóan sok esetben az üzleti kommunikáció megjelenésének körében említhető, mivel több esetben is a különböző kereskedelmi platformokon jelenik meg, és célja a vásárlás ösztönzése. Ahhoz, hogy megállapítsuk, hogy a kereskedelmi kommunikáció kapcsán felmerülhet-e dark pattern használata a kereskedelmi kommunikáció törvényi fogalmat kell elemezni. Az Fttv. 2.§ d) pontja az alábbiak szerint definiálja a kereskedelmi kommunikációt: „a vállalkozás önálló foglalkozásával vagy gazdasági tevékenységével közvetlenül összefüggésben történő információközlés, függetlenül annak megjelenési módjától, eszköztől”.⁴² A fogalomból láthatjuk, hogy az információ közlés független a megjelenési módtól, illetve eszköztől. A megjelenési módok kapcsán a törvényhez írott nagykommentár ad támpontot. Dr. Zavodnyik József példaként a kültéri plakátokat említi, és szerinte a jogsértés megítélése szempontjából döntő jelentősége van a plakát kialakításának, színeinek és betűméretének.⁴³ A legtöbb *dark pattern* fogalom meghatározás egyetért abban, hogy a sötét mintákat digitális terekben használják, és a törvény meghatározás értelmében a kereskedelmi kommunikáció megvalósulhat online, illetve digitális térben is. Ebben az esetben a törvény szerint a platform tervezője, vagy megalkotója felel, azonban a törvény tartalmaz egy kikötést. A (3) bekezdés folytatásban olvasható egy fordulat, miszerint amennyiben a jogsértés annak a vállalkozásnak az utasításából fakad, akinek érdekében

³⁹ Fttv. 9. § (1)

⁴⁰ Fttv. 9. § (2)

⁴¹ Fttv. 9. § (3)

⁴² Fttv. 2. § d)

⁴³ Zavodnyik József: Nagykommentár a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatról szóló törvényhez. Wolters Kluwer, Budapest 2013. 414. o.

az ösztönzés történik, abban az esetben a vállalkozás és az a kereskedelmi kommunikációt megismerhetővé tevő személy egyetemlegesen felel.⁴⁴

VI.2. Az eljáró hatóság

A törvény főszabály szerint eljáró hatóságként a fogyasztóvédelmi hatóságot jelöli meg.⁴⁵ A törvény két kivételt jelöl meg az eljáró hatóságok kapcsán. Az első ilyen kivétel a Magyar Nemzeti Bankot, mint Felügyeletet jelöli meg eljáró hatóságként, amennyiben az adott kereskedelmi gyakorlat olyan tevékenységgel függ össze, amit a Felügyelet felügyel. A második kivétel a Gazdasági Versenyhivatalt jelöli meg eljáró hatóságként, abban az esetben, ha az adott kereskedelmi gyakorlat a gazdasági versenyt érdemben befolyásolhatja.⁴⁶ A törvény 10.§ 3) bekezdésének értelmében megállapítható, hogy a *dark pattern*-nel érintett esetekben a GVH jár el. Szintén törvény fogalmazza meg, hogy mely esetekben befolyásolja egy piaci gyakorlat a gazdasági versenyt. A 11.§ (1) a) pontjának értelmében a gazdasági verseny befolyásolásának megállapításánál különös figyelemmel kell számba venni többek között a kommunikáció eszközének jellegét.⁴⁷ A kommunikáció jellegéből, és az érintett földrajzi terület nagyságából fakadóan erősen alkalmas a verseny befolyásolására a különböző weboldalakon megjelenő sötét minta, mivel ezek többnyire országos (vagy még nagyobb) eléréssel rendelkeznek, szemben a különböző *print* típusú reklámokkal és kiadványokkal.

VI.3. Az eljárás

Az eljárás kapcsán több fontos elemet kell kiemelni a törvény rendelkezései közül. Főszabály szerint az eljárás a jogsértést követő három éven belül indítható meg, illetve folyamatos jogsértés esetén az abbahagyást követő három éven belül.⁴⁸ A *dark pattern* kapcsán különös jelentőséggel bírhat a törvény 16.§-a. Ez azt mondja ki, hogy amennyiben a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat még nem valósult meg, de a vállalkozás részéről már történt előkészület annak megvalósítására, abban az esetben az eljáró hatóság már előzetesen megtilthatja a tervezett kereskedelmi gyakorlatot.⁴⁹ A törvényhez készült nagykommentár példaként említi a már legyártott, de még fel nem ragasztott óriásplakátok esetét. Itt fontos kiemelni, hogy a kommentár szerint az előzetes megtiltáshoz szükséges a megalapozott felvetése annak, hogy az eljáró hatóság beavatkozása nélkül megvalósulna

⁴⁴ Fttv. 9. § (3)

⁴⁵ Fttv. 10. § (1)

⁴⁶ Fttv. 10. § (2) és (3)

⁴⁷ Fttv. 11. § (1) a)

⁴⁸ Fttv. 13. §

⁴⁹ Fttv. 16. §

jogsértés.⁵⁰ Az óriásplakátok esetének analógiáján említhető a *dark pattern* esetében, ha a weboldal (vagy annak valamely grafikai eleme, adatvédelmi tájékoztatója, interfész elem) már elkészült, azonban a fogyasztók számára még nem, vagy részben még nem hozzáférhető.

VII. A magyarországi, *dark pattern*-ben érintett jogsértések

VII.1. Booking.com B.V elleni eljárás

A GVH 2018-ban indított vizsgálatot a hollandiai székhelyű *booking.com B.V*-vel szemben. A GVH közleménye szerint az eljárás a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmának feltételezett megsértése miatt indult.⁵¹

A GVH három olyan kereskedelmi gyakorlatot talált, amely a fogyasztókkal szemben tisztességtelennek minősült.⁵²

Az első ilyen pont szerint a vállalat megtévesztett a fogyasztókat a weboldalon, televízióban, illetve különböző Google Ads hirdetésekben a szálláshelyek *ingyenes lemondhatóságát* hirdette. Ez a jogsértés a határozat szerint 2017. augusztus 1-től valósult meg.⁵³

A második pont szerint 2015. június elsejétől valósított meg agresszív kereskedelmi gyakorlatot. A határozat szerint a weboldalon és az alkalmazásban foglalható szálláshelyek kapcsán sürgető, pszichés nyomásgyakorlásra alkalmas tájékoztatásokkal próbálta rávenni a fogyasztókat a szállás foglalásra.⁵⁴

A harmadik pont értelmében a szakmai gondosság követelményeit sértette meg azzal, hogy a „Ezen a szálláson SZÉP kártyával is foglalhat és fizethet” állítást nem egységesen jelenítette meg.⁵⁵

A fent említett pontok közül látható, hogy az második kettő pont teljes mértékben megfeleltethető a *dark pattern* jelenségnek.

A második pontban említett sürgető, pszichés nyomásgyakorlással való döntés befolyásolás a *dark pattern* egy nagyon gyakori esetének számít. A határozat szövege szerint a weboldal úgy nevezett „hiányállításokat” fogalmazott meg a megtekintett szálláshelyekkel kapcsolatban.⁵⁶ A határozat a későbbi részben kifejti, hogy a hiányállítás jelen esetben arra vonatkozott, hogy a weboldal valószínűsíthetően azt a látszatot kelti a fogyasztó számára, hogy az által tervezett időpontban, az általa választott szálláshelyen már számos szállás le van foglalva, illetve folyamatosan érkeznek a további foglalások. Ez a kommunikációs gyakorlat valószínűsíthetően

⁵⁰ *Zavodnyik*: i.m. 414. o.

⁵¹ A Gazdasági Versenyhivatal határozat: Vj-17/2018/110. számú határozata.

⁵² Ld. Uo. I. rész

⁵³ Ld. Uo.

⁵⁴ Ld. Uo.

⁵⁵ Ld. Uo.

⁵⁶ Ld. Uo. III. rész

alkalmas arra, hogy a fogyasztó döntést pszichés nyomással befolyásolja.⁵⁷ Több *dark pattern* fogalom meghatározás konkrétan említi a pszichés nyomásgyakorlást mint a sötét minták egyik céleszközét. A GVH közzé tett egy táblázatot is, amin az adott időszakban a sürgető üzenetek eszközökre lebontott statisztikája látható:

1. ábra: A weboldalon megjelentetett sürgető üzenetek eszközöknként eloszlása. (Forrás: GVH)

Üzenet/Eszköz	Aszta li gép	Table t	Mobil web	Androi d (app)	iOS (app)
„Nagyon keresett! Az elmúlt 24 órában 17-szer foglaltak itt”	✓	✓	✓	✓	✓
„Az utóbbi 6 órában 2 foglalás érkezett ide”	✓	✓	✓	x	✓
„Újabb foglalás! Három órája foglaltak itt utoljára!”	✓	✓	✓	x	x
„Már csak 1 szoba maradt!”	✓	✓	✓	✓	✓
„Felkapott! Már csak 2 ilyen van!”	✓	x	x	x	✓
„Épp most foglaltak 2 olyan szállodában, mint X hotel.”	✓	x	x	x	x
„Épp most foglaltak itt!”	✓	✓	x	✓	✓
„Lekéste ... 2 napja foglalták le az utolsó itteni szobánk.”	✓	✓	✓	✓	x
„Még 32-en nézik”	✓	✓	✓	✓	✓
„Nemrég foglalták”	✓	x	x	x	x
„Egyvalaki épp azt fontolgatja, hogy ezen a szálláson foglal”	✓	✓	x	x	x
„1 személy látott neki a foglalásnak ezen a szálláson”	✓	x	x	x	✓
„Utolsó foglalás a szálláson: Épp az imént!”	✓	x	x	x	x

A harmadik pontban a Széchenyi Pihenő Kártyát elfogadó szállashelyek esetében nem volt egységesen megjelenítve az említett fizetési lehetőség. A GVH szerint a weboldal nem minden Széchenyi Pihenő Kártyát elfogadó szálláshely esetében jelenítette meg a szálláshely vagy a hirdetés aloldalán a SZÉP kártyás fizetési lehetőséget, amivel a fogyasztókat több esetben eltéríthette az eredetileg meghozott döntésétől.⁵⁸

Az első pontban említett eset kapcsán nehezen meghatározható, hogy jelen van-e a *dark pattern* jelenség. A GVH indoklásában úgy fogalmaz:

„2017. augusztus 1-jétől kezdődően a www.booking.com weboldalon nyújtott, online szállásfoglalás szolgáltatást népszerűsítő kommunikációs eszközein azt a látszatot keltette, hogy a weboldalon elérhető szállásajánlatok a legtöbb esetben ingyenesen lemondhatóak, holott azon szállásajánlatok esetében, ahol az adott szállásadó azonos szállásforgalmazást (szállás csomagajánlatot) „ingyenes lemondás” ajánlattal és anélkül is kínál, a két csomagajánlat közötti árkülönbséget valószínűsíthetően az ingyenes lemondás lehetőségének árát jelenti.”⁵⁹

⁵⁷ A határozat indoklása I. rész 1. b)

⁵⁸ A határozat indoklása I. rész 3. b)

⁵⁹ A határozat indoklása I. rész 1. a)

Látható, hogy ebben az esetben nincs igazolva, hogy az árkülönbözet valóban az ingyenes lemondás lehetőség miatt van. Amennyiben ez igazolható, és ez nincs megfelelően feltüntetve a „ingyenes lemondás” hirdetésben, úgy már lehet sötét mintáról beszélni a hirdetés esetében.

A GVH a fent említett három pontban vázolt jogsértések miatt kétmilliárd-ötszázmillió forint bírságot szabott ki a booking.com B.V-re.⁶⁰ Ezenfelül 2021.január 1-jétől eltiltotta booking.com B.V-t a jogsértő kereskedelmi gyakorlattól, és kötelezte, hogy 2021. március 31-ig írásban, hitelesen igazolja, hogy nem alkalmazza az „ingyenesen lemondható” állítást amennyiben ezért a szolgáltatásért magasabb árat kell fizetni, valamint a további kereskedelmi gyakorlatokban a pszichés nyomást célzó állítások nem jeleníti meg a teljes foglalási folyamatban.⁶¹

A GVH döntésének indoklásában több piaci elemzést is közzétesz, amelyek jól mutatják, hogy a különböző kiemeléseket a fogyasztók többsége (55%) a legegyszerűbb értelmezés szerint veszi figyelembe, miszerint azok a legnépszerűbb szálláshelyek.⁶² Mivel egy ilyen kiemelés a fent említett értelmezéssel párosulva alkalmas arra, hogy a fogyasztót egy bizonyos döntés felé terelje, ha nincs feltüntetve, hogy mi alapján történt a kiemelés, akár szintén *dark pattern* jelenségnek fogható fel.

Szintén ebből a piackutatásból derül ki az is, hogy bár a fogyasztók nagy része alaptalannak tartja az egyes szálláshelyek kapcsán a foglaltságra vonatkozó jelzéseket, és ezektől tudatosan próbál függetlenedni, mégis hatékonyan működik az érzelmi befolyásolás, ami egy hirtelen meghozott döntés felé tereli őket.⁶³ Az érzelmi befolyás és a megalapozatlan döntés tekintetében ez a jelenség is felfogható sötét mintaként, főként, ha a kiderül, hogy a foglaltságra vonatkozó jelzés nem vagy részben nem megalapozott.

VIII. Külföldi, *dark pattern*-nel érintett jogesetek

VIII.1. Az Amazon ügy

Több haza hírportál is cikkezett a 2021 januárjában kezdődött, Amazon ügy néven elhíresült eljárásról. A Norvég Fogyasztóvédelmi Tanács (NCC) kezdte vizsgálni az Amazon egyik kereskedelmi gyakorlatát, mely szerint az Amazon Prime előfizetéses szolgáltatás lemondása esetén a fogyasztóknak egy hat oldalas kérdőívet kellett kitölteni, és csak ezután mondhatták le az előfizetést. A Norvég Fogyasztóvédelmi Tanács szerint ez sok fogyasztót visszatartott az ezzel kapcsolatos döntés meghozatalától. Az NCC szerint ezenkívül a kitöltendő oldalakon sárga,

⁶⁰ A Gazdasági Versenyhivatal határozat: Vj-17/2018/110. számú határozata. II. rész

⁶¹ A Gazdasági Versenyhivatal határozat: Vj-17/2018/110. számú határozata. III. rész

⁶² GVH indokolás: VJ/17/2018. III.2.3.

⁶³ Ld. Uo.

figyelem felhívó háromszögek találhatóak „tartsa meg az előnyeit” felirattal, amely szintén a dark pattern módszerek közé sorolható.⁶⁴

Később Franciaországban, Németországban, Dániában és Görögországban is eljárást kezdeményeztek az ügy kapcsán. Az USA-ban a Public Citizen nevű fogyasztói érdekképviseleti szervezet nyújtott be panaszt a Federal Trade Commission-nél.

VIII.2. Franciaország bírságai a Google és a Facebook felé

Franciaországban a *dark pattern*-nel érintett ügyekben a CNIL adatszabályozó hatóság jár el. A Google 150 millió eurós bírságot kapott, míg a Facebooknak összesen 60 millió eurót kellett fizetnie. A bírságok indoka mindkét esetben az úgy nevezett *cookie*-k letiltásához kapcsolódott. A cégek nem teljesítették az úgy nevezett „egyenértékűségi” követelményt, mely szerint a *cookie*-k letiltásának ugyan olyan egyszerűnek kell lennie, mint az engedélyezésének.⁶⁵

IX. Figyelemfelhívás és a *dark pattern* elkerülése

IX.1. A fogyasztók figyelmének a felhívása a *dark pattern* veszélyeire

A *dark pattern* fogalom megalkotója Harry Brignull hozta létre 2010-ben a *darkpatterns.org* nevű weboldalt (mára *deceptive.design.org*), ami tájékoztatja a fogyasztókat a *dark pattern* jelenségről és listát vezet azokról a vállalatokról, akik használnak vagy használtak sötét mintákat.

Az oldal külön listába szedte a leggyakoribb *dark pattern* módszereket:⁶⁶

- *Trick questions*: egy űrlap a kitöltés során próbál rávenni, hogy a szándékolttól eltérő választ adjunk
- *Sneak into basket*: online vásárlás során a weboldal egy vagy több plusz terméket helyez a fogyasztó kosarába
- *Roach motel*: egy adott előfizetés könnyedén megvásárolható, de aránytalanul nehezen mondható le
- *Privacy zuckering*: a weboldal ráveszi a fogyasztót, hogy több információt osszon meg magáról, mint amennyi szándékában állt
- *Price comparison prevention*: a platform megnehezíti egy adott terméket árának összehasonlítását egy másik termékkel

⁶⁴ Jane Wakefield: Amazon faces legal challenge over Prime cancellation policy. BBC. <https://www.bbc.com/news/technology-55637140> (2022.04.18.)

⁶⁵ Scott Ikeda: Google and Facebook Hit With Fines Over “Dark Patterns”, Allegedly Misleading Users Into Cookie Consent. CPO Magazine. <https://www.cpomagazine.com/data-protection/google-and-facebook-hit-with-fines-over-dark-patterns-allegedly-misleading-users-into-cookie-consent/> (2022.04.18.)

⁶⁶ Types of deceptive design. Deceptive Design. <https://www.deceptive.design/> (2022.04.18.)

- *Mosdirection*: a weboldal dizájnya egy konkrét dologra összpontosítja a figyelmet és elvonja azt egy másik dologról
- *Hidden costs*: a fizetési folyamat utolsó lépésénél kerülnek elő újabb költségek (pl.: szállítási díj)
- *Confirshaming*: egy adott lehetőség elutasítását úgy fogalmazza meg a weboldal, hogy a fogyasztó szégyent érezzen az elutasítás esetén
- *Disguised ads*: egy adott hirdetés más típusú tartalomnak van álcázva, és ezzel éri el, hogy rákattintsanak
- *Forced continuity*: abban az esetben valósul meg, ha egy ingyenes próba időszak végén a fizetőeszközre való terhelés további megerősítés kérése nélkül történik. Súlyosabb esetben megnehezítik az előfizetés lemondását
- *Friend spam*: A weboldal elkéri az e-mail címet, vagy Facebook azonosítót, hogy elérje a barát listát, ehelyett azonban az ismerősöknek üzenetet küld a fogyasztó nevében

IX.2. A dark pattern alkalmazásának elkerülése

Magyarországon létrejött a *megfontoltan.hu* weboldal, melynek célja, hogy segítsen elkerülni a sötét minták használatát a weblapoknak, és kivédeni a fogyasztóknak, amennyiben ilyennel találkoznak. A weboldal készített egy kutatást a vállalkozások számára, amely segít etikussá tenni a weboldalak felépítést, valamint elkerülni a *dark pattern* használatát.

X. Összegzés

A tanulmányom elkészítése során megerősítést nyert a *dark pattern*-re kiterjedő konkrét szabályozás szükségessége Magyarországon is. Habár a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatok tilalma kiterjed a *dark pattern* jelenségére, a konkrétan erre kiterjedő szabályozás lehetővé tenné mind a szigorúbb szankcionálást, valamint a részletszabályok alkalmazása lehetőséget adna arra, hogy a *dark pattern* azon módjai, amelyek jelenleg nem feltétlen esnek a törvény hatálya alá, bekerüljenek oda, és ezáltal szankcionálhatóvá válnának.

Véleményem szerint szintén szükséges az állami részről történő tájékoztatás a fogyasztók felé a jelenség kapcsán. Nagyon jó kezdeményezésnek tartom a *deceptive.design.org*-hoz és a *megfontoltan.hu*-hoz hasonló oldalak létrehozását, de ezek nem minden esetben érnek el elegendő fogyasztót.

Kiderült számomra továbbá, hogy a GVH már felfigyelt a jelenségre, azonban továbbra is szükséges – akár a nemzetközi és más nemzeti hatóságokkal együtt működve – a nagyobb nemzetközi vállalatok és tech óriások (pl.: Meta) gyakorlatait is megvizsgálni, és azokat komoly szankciókkal sújtani.