

# Az online platformokon alkalmazott sötét megoldások

2023. június 13., frissítve 2023. július 4.

Szerzők:

Dr. Petrányi Dóra, Dr. Domokos Márton, Dr. Horváth Anna Zsófia, Dr. Huszár Daniella

## 1. Bevezetés: a szakmai ismeretterjesztő célja

A jelen szakmai ismeretterjesztő anyag célja az azonos címmel íródott „Az online platformokon alkalmazott sötét megoldások” elemzés („**Elemzés**”) elméleti megállapításainak összegzése, és a gyakorlatban elterjedt, a vállalkozások által széles körben alkalmazott sötét megoldások szemléltetése.

## 2. A sötét megoldások fogalmának kidolgozása

A sötét megoldások fogalma a jog rendszerén kívülről, Harry Brignull UX designertől érkezett, aki a sötét megoldásokat úgy határozta meg, mint olyan rosszindulatú felhasználói felületek, amelyek például arra készítetik a felhasználót, hogy akkor is vásároljon meg egy terméket vagy iratkozzon fel valamilyen szolgáltatásra, ha ez nem állt kifejezett szándékában. Ezt akadémiai kutatások és szakpolitikai elemzések követték, amelyek a sötét megoldások egy-egy megjelenését vizsgálták. A gyakorlatban jól megfigyelhető ugyanakkor, hogy a sötét megoldások folyamatosan fejlődnek, így korábbi sötét megoldások válnak szofisztikáltabbá, illetve újak jelennek meg. Ennek következtében a taxonómiák nehezen tudják megragadni a manipulatív tervezési gyakorlatok folyamatosan változó természetét, azonban a különböző meghatározások központi elemei többnyire összhangban állnak egymással. A szabályozási igény végül a jog keretein belül is utat talált magának, így a digitális szolgáltatásokról szóló 2022/2065 (EU) rendelet (DSA) már definiálja a sötét megoldások fogalmát.

## 3. A sötét megoldások hatékonyságának kulcsa

A sötét megoldások sikeressége, és ezáltal rohamos terjedése alapvetően két okra vezethető vissza. Egyrészt a digitális környezetben alkalmazott módszerek és eszközök sokkal kifinomultabbak, ezáltal hatékonyabban képesek megszólítani, illetve a kívánt eredmény felé terelni a felhasználókat. Másrészt a sötét megoldások a felhasználók gondolkodási módjának, észlelésének gyengéségeire építve használják ki azt, hogy az emberi figyelem nem korlátlan, és a felhasználó nem tud egyszerre minden információt feldolgozni, így a megfelelő módszerrel könnyen befolyásolható.

## 4. A sötét megoldások szabályozásának jogi háttere

A sötét megoldásokra irányadó jogszabályi környezetet szabályozási pluralizmus jellemzi, a releváns jogszabályok köre egyszerre öleli fel az adatvédelem, fogyasztóvédelem, és az egyre inkább elterjedő platformszabályozás rendelkezéseit. Annak ellenére, hogy az alkalmazott sötét megoldások egyszerre esetenként több, vagy akár mindhárom jogterület szabályaiba is ütközhetnek, az egyes jogszabályok alkalmazása annak alapján kerül meghatározásra, hogy mely terület rendelkezései érvényesülnek elsődlegesen, hogy a szabályozás milyen alapon vonatkozik az adott sötét megoldásra.

Erre tekintettel, az adatvédelmi rendelkezések megsértését főként az adatgyűjtés és az azt követő adatkezelés során alkalmazott sötét megoldások alapozhatják meg, míg a fogyasztóvédelem

esetében a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatok keretében figyelhetőek meg a sötét megoldások. A másik két területtel ellentétben, a platformszabályozás viszont már egyenesen sui generis kötelezettséget állapít meg az online platformok üzemeltetői számára a sötét megoldások vonatkozásában, külön nevesítve azt. Ahogy az Elemzésben is bemutatásra került, mind európai uniós, mind magyar jogszabályok irányadóak a sötét megoldások alkalmazásának szabályozására.

## 5. Szabályozási gyakorlat

Tekintettek arra, hogy a sötét megoldásokat szabályozó lehetséges jogterületek magas szinten harmonizált jogterületek, elsősorban az Európai Unió Bíróságának gyakorlata, valamint az egyes uniós szintű szervezetek egységes jogértelmezése is iránymutatásként szolgál a magyar hatóságok számára. Ennek megfelelően az adatvédelem területén a 2016/679(EU) általános adatvédelmi rendelet (GDPR) rendelkezésiben meghatározottak szerint az EDPB egyes határozatai kötik a tagállami adatvédelmi hatóságokat.

A magyar jogalkalmazási gyakorlatban szintén megtalálhatóak a kifejezetten a sötét megoldások tárgyában hozott döntések, annak ellenére, hogy a „sötét megoldások” kifejezés egyáltalán nem szerepel még a határozatokban. Ez többnyire arra vezethető vissza, hogy a DSA alkalmazandóságát megelőzően a sötét megoldások definíció, mint olyan, nem létezett, és a szabályozó hatóságokon belül sincs általánosan bevett magyar szóhasználat rá.

## 6. Gyakorlati példák, alkalmazott sötét megoldások bemutatása

Az Elemzésben nevesített és széles körben alkalmazott sötét megoldások számtalan típusa lelhető fel a gyakorlatban, így a jelen szakmai ismeretterjesztő anyag gyakorlati életből vett képek segítségével illusztrálja az egyes vállalkozások által már használt gyakorlatokat. Az itt megtalálható gyakorlati példák forrása az Európai Bizottság 2022-es „*Behavioural study on unfair commercial practices in the digital environment: dark patterns and manipulative personalisation*” című tanulmánya,<sup>1</sup> valamint a <https://www.deceptive.design/types> nevű weboldal.

## 7. Javaslatok

A sötét megoldások szabályozása, ellenőrzése során fontos a jogi és jogon kívüli eszközök egyidejű és egymást kiegészítő alkalmazása. A jogi eszközök, például kötelező tilalmakat és kötelezettségeket előíró jogszabályok (például a DSA, GDPR, fogyasztóvédelemről szóló 2017. évi CLV. törvény), segítenek előmozdítani az etikus üzleti gyakorlatokat és erősíteni a felhasználók adatvédelmi és fogyasztóvédelmi jogait. A jogi szabályozás lehetővé teszi a hatóságok számára, hogy objektív és előre meghatározott keretrendszer alapján ellenőrizzék a sötét megoldásokkal visszaélő vállalkozásokat. Emellett a jogon kívüli eszközök, mint például az oktatás, a felhasználók

---

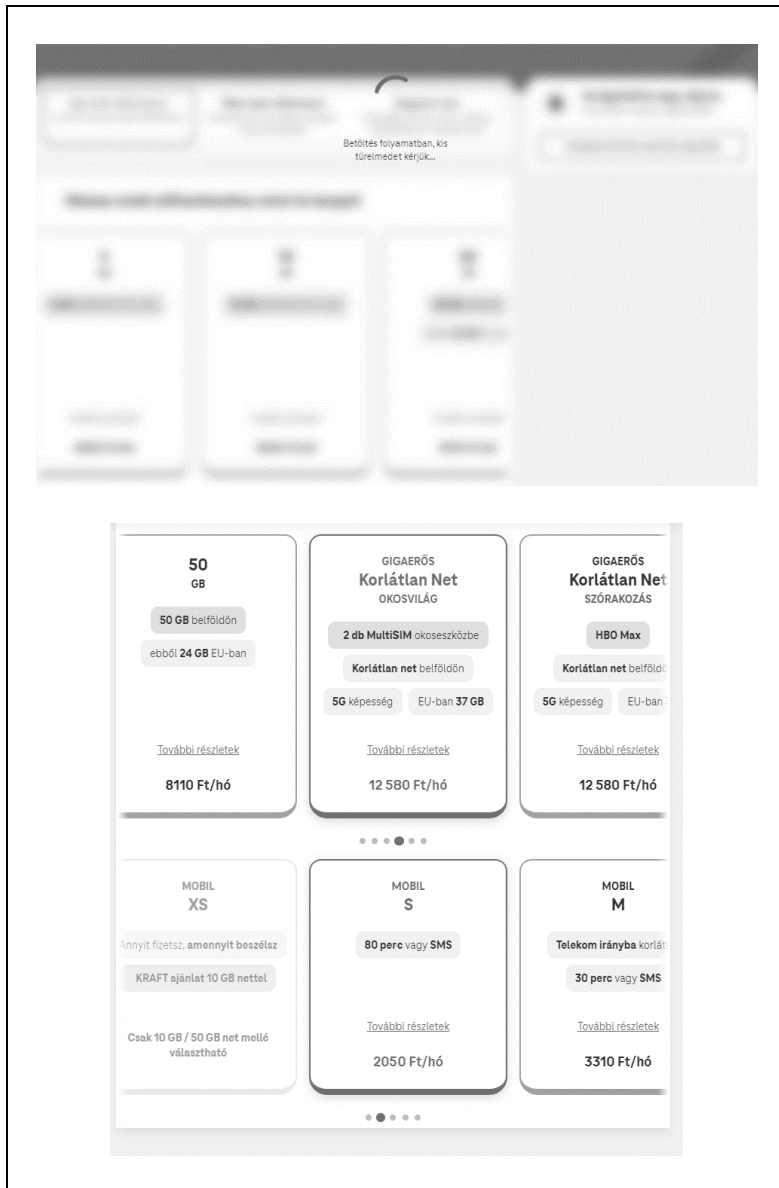
<sup>1</sup> Online elérhető itt: <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/606365bc-d58b-11ec-a95f-01aa75ed71a1/language-en/format-PDF/source-257599418>

tájékoztatása és a technológiai megoldások is fontosak a felhasználók védelme és az átlátható online környezet kialakítása szempontjából.

A jogi szabályozás területén javasolt egy olyan keretrendszer kialakítása, amely megfelelő elhatárolásokat nyújt a digitális térben megjelenő sötét megoldások szabályozására alkalmas adatvédelmi jog, fogyasztóvédelmi jog és platformszabályozás között. Ez segítené a hatóságok hatékonyabb ellenőrzését és az együttműködést az esetlegesen több területet érintő sötét megoldások kezelése során. Emellett fontos az egységes magyar fordítás és taxonómia kialakítása a sötét megoldásokkal kapcsolatos kifejezésekhez, valamint a független tanúsítási programok és etikus tervezési magatartási kódexek bevezetése, amelyek segítenek az etikus és átlátható tervezés elismerésében és támogatásában.

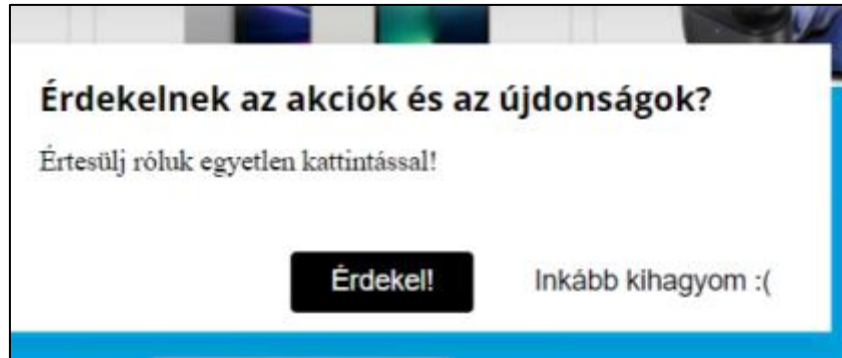
A jogon kívüli eszközök közül kiemelkedő jelentősége van a tudatosság-növelő és ismeretterjesztő kampányoknak. Fontos az internet felhasználói szintű ismerete, digitális írástudás és készségek fejlesztése annak érdekében, hogy a felhasználók jobban megismerjék és felismerjék a sötét megoldásokat, és képesek legyenek kritikusan kezelni ezeket a manipulatív tervezési technikákat. Ezen kívül a technológiai megoldások, pl. sötét megoldásokat azonosítani képes applikációk vagy böngésző-bővítmények kialakításának támogatása (pályázatokkal, doktori, posztdoktori programokkal) is hozzájárulhatnak a felhasználók védelméhez és az átlátható online környezet kialakításához.

## 1. Árszehasonlítás megakadályozása (“Price Comparison Prevention”)



A felhasználók félrevezetése megvalósulhat a világos és érthető árinformációk visszatartásával. Amikor egy felhasználó vásárlási döntést hoz, gyakran mérlegeli a megvásárolni kívánt termék, vagy szolgáltatás árát és funkcióit, összeveti azt személyes igényeivel. Ha az egyes árak összehasonlítása túl nehézé válik, a felhasználók feladhatják, és elhamarkodott döntést hozhatnak. Az ebben a példában alkalmazott gyakorlat akár arra is alkalmas lehetne, hogy megnehezítse a felhasználók számára az árak és a csomagok összehasonlítását, azáltal, hogy az egyes csomagok átláthatatlanul, az összehasonlítást megnehezítő módon jelennek meg.

## 2. Megszégyenítés („Confirm Shaming”)



A felhasználóra történő nyomásgyakorlás a felhasználóban büntudatot vagy szégyenérzetet kelt ismételt megkeresések vagy megfogalmazások segítségével. Az ilyen sötét megoldást alkalmazó webhelyek vagy alkalmazások például gyakran lekicsinylő vagy becsmérlő módon fogalmazzák meg a felhasználóknak a szolgáltatásról való „lemondás” gomb feliratát, így a felhasználók rosszul érzik magukat, ha úgy döntenek, hogy nem veszik igénybe a felkínált szolgáltatást vagy funkciót. Az ábrán a megszégyenítés egy enyhe példája látható, amely az „inkább kihagyom :( „ felirattal, a jellemzően szomorúság, lemondás, csalódás érzésekkel azonosított „ :( „ karakterkombináció által alkalmas arra, hogy rossz érzést keltsen a felhasználóban, amennyiben nem iratkozik fel hírlevelekre

Megjegyzendő, hogy a fenti példa a megszégyenítés egy enyhe formája, amelynél lényegesen súlyosabb változatok is előfordulnak, például, egy (külföldi, angol nyelven elérhető) elsősegélycsomagokat és orvosi felszereléseket áruló weboldal az értesítések küldésére vonatkozó engedélykérése során az opt-out link leírását úgy fogalmazta meg, hogy "*Nem, nem akarok életben maradni*" vagy "*Nem, inkább elvéreznék*".

### 3. Álcázott hirdetés („Disguised Advertisement”):

The screenshot shows a software download page for VLC 3.0.14. The page includes a navigation menu with 'Multimédia » Videó és film', the software title 'VLC 3.0.14', upload date '2021-05-24 19:50:19', and tags 'kodek, vlc, audio, video, lejátszó, média'. It features a star rating of 4.9/5 and a download button labeled 'LETÖLTÉS'. A list of versions is provided, with the current version highlighted. On the right, there is a large green button labeled 'START' and a list of '3 Simple Steps' for activation. At the bottom right, there is a Facebook advertisement for 'ORIGO SZOFTVERBÁZIS A FACEBOOKON!' and the text 'Storagesafe.com'.

A felhasználó kényszerítése egy hirdetés megtekintésére - a felhasználói felület manipulatív módon olyan helyre navigálja a felhasználókat, amire nem számítottak, függetlenül attól, hogy érdekl-e őket a reklám vagy sem. Ezeket a hirdetéseket gyakran úgy tervezik, hogy úgy nézzenek ki, mint a felhasználói felület elemei, illetve kapcsolódó cikkek vagy más olyan tartalmak, amelyek a felhasználót érdekelhetik. A vállalkozás gyakorlatában a hirdetéseket egy feltűnő letöltés gomb segítségével jelenítik meg, amely nagyon hasonlít a kívánt szoftver tényleges letöltés gombjára. Ez arra is készítheti a felhasználót, hogy tévesen rákattintson a hirdetésre, abban a hitben, hogy a szoftvert tölti le. A jelen ábrán is ez látható, továbbá, a Facebook-beágyazódás, és a zöld „start” gomb is a weboldal organikus tartalmának tűnő weboldal-elemek, amelyek rákattintva további hirdetésekhez vezetnek.

#### 4. Alacsony készletet jelző üzenetek („Fake scarcity”)



A felhasználót úgy kényszerítik egy művelet elvégzésére, hogy a mesterségesen a korlátozott elérhetőség érzetét keltik egy termék vagy szolgáltatás körül, így gyorsaságra készítik a felhasználót, nehogy lemaradjon az ajánlatról. Ezt általában olyan, akár megtevesztésre is alkalmas üzenetekkel érik el, mint ahogy az ábrán látható. A „Már csak néhány darab elérhető!” jelzés is alkalmas lehet a felhasználó siettetésére – hozzá kell tenni ugyanakkor, hogy az ilyen és ehhez hasonló állítások csak annyiban tekinthetők sötét megoldásnak, amennyiben az állítás tényszerűen nem igaz.



## 5. Hamis társadalmi megerősítés („fake social proof”):



A felhasználót hamis vélemények, ajánlások vagy más felhasználó aktivitását mutató üzenetek félrevezethetik, és elhitethetik vele, hogy egy termék népszerűbb vagy hitelesebb, mint amilyen valójában. Ez a manipuláció kihasználja a társadalmi megerősítés („social proof bias”) nevű kognitív torzítást, amely szerint a felhasználók mások viselkedéséhez igazodva hoznak döntéseket. Ezek az üzenetek általában olyan állításokat tartalmaznak, amelyek más felhasználókra vonatkozó hamis információkat tartalmaznak, mint "9 vásárló vásárolt x terméket y termékkel együtt" vagy "Alycia San Franciscóból 4 perccel ezelőtt vásárolt x terméket". Ahogy a képen is látható, a jelen példában azzal próbálják vásárlásra ösztönözni a felhasználót, hogy a „Tokodi” néven regisztrált, tiszaföldvári felhasználó is pont a kiválasztott terméket vásárolta meg.

## 6. Hamis visszaszámláló (“Fake Countdown Timers”):



A felhasználót hamis időkorlát megadásával egy művelet (pl. vásárlás, feliratkozás) megtételére sűrgetik. Ha a felhasználó pszichés időnyomás alá kerül, kevésbé képes kritikusan értékelni a neki mutatott információkat. Ilyen esetekben általában egy hamis számláló kerül alkalmazásra, amely feltűnő, animált, és azt jelzi, hogy az leárazás akkor ér véget, amikor az időzítő elér a nullához. A visszaszámlálók alkalmazásának megítélése ugyanakkor esetről-esetre mérlegelendő, ugyanis amennyiben az nem hamis információt tartalmaz, úgy nem feltétlenül minősül sötét megoldásnak.

## 7. Többletcselekvés („Forced Action”):

Adatkezelési beállítások

Piackutatás segítségével további információk kaphatók a közönségről, akik meglátogatják a webhelyeket/alkalmazásokat, és megtekintik a hirdetéseket. Részletek megtekintése

**Beleegyezés**

**Jogos érdek**

**Termékek fejlesztése és javítása**

Az Ön adatai felhasználhatók a meglévő rendszerek és szoftverek javítása, valamint az új termékek fejlesztése érdekében Részletek megtekintése

**Beleegyezés**

**Jogos érdek**

**Biztonság, csalás megelőzése és hibakeresés biztosítása**

Az Ön adatai felhasználhatók a csalárd tevékenységek ellenőrzése és megelőzése érdekében, valamint a

**Az összes elfogadása** **Választások megerősítése**

A többletcselekvés azt jelenti, hogy a vállalkozás felajánl a felhasználónak valamit, amit a felhasználó szeretne, viszont cserébe a felhasználónak valamit meg kell tennie. Kombinálható más megtévesztő módszerekkel, mint például a trükkös megfogalmazással. A példában amennyiben a felhasználó nem kíván hozzájárulni sütik („cookie”) elhelyezéséhez, ezt nem tudja egy kattintással kifejezni, hanem a kívánt feltételek melletti böngészéséhez az összes cél esetében („termékek fejlesztése és javítása”, „biztonság, csalás megelőzése és hibakeresés biztosítása”, stb..) egyenként kell elutasítania a sütik elhelyezését.

## 8. Nehéz lemondás („Hard to Cancel”)

**Kérjük, töltsse ki a lenti adatlapot személyes adataival.**

Email: \*

*Kérjük adja meg a szállítási részleteket:*

Vezetéknév: \*

Keresztnév: \*

Irányítószám: \*

Város: \*

Utca/házszám: \*

Telefonszám: \*

Beleegyezem, hogy mindegyik lenti formában tájékoztassanak a kedvezményes ajánlatokról és újdonságokról.

### Leiratkozás a hírlevélről

[Részletek](#) [Kategória: Kapcsolat](#) [Megjelent: 2015. április 15.](#) [Nyomtatás](#) [E-mail](#)

*Ha a továbbiakban nem szeretne hírlevelet kapni a velünk a kapcsolatot.*


*től, kérjük, vegye fel*

A felhasználó könnyen feliratkozhat vagy előfizethet egy szolgáltatásra, viszont amikor le akar iratkozni, ezt megnehezítik számára. Ennek a sötét megoldásnak az egyik fajtája a csótány hotel ("Roach Motel"). Ez jellemzően a lemondási lehetőség elrejtésével jár, a felhasználónak a vállalkozás ügyfélszolgálatát kell keresnie, ezzel pedig a lemondási folyamat túlságosan bonyolulttá és időigényessé válik. Mindez ahhoz vezet, hogy a felhasználó sokszor feladja a lemondási kísérletet. A fenti példában is az ügyfélszolgálathoz irányították a felhasználót.

## 9. Rejtett költségek („Hidden Costs”)

Egységár	Darabszám	Ár összesen
149 999 Ft	1 Eltávolít	149 999 Ft

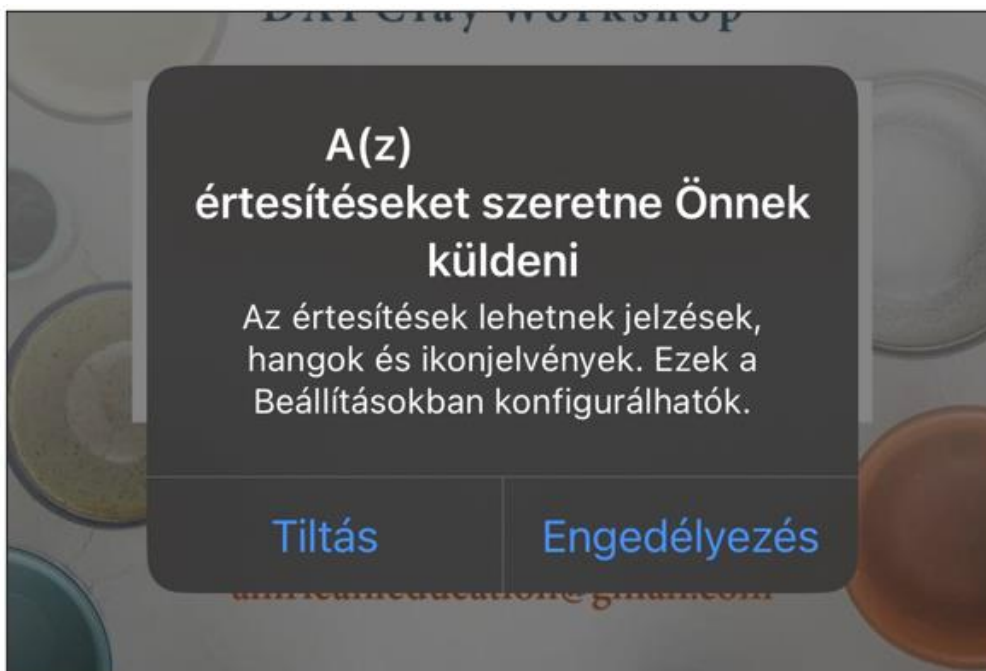
---

Termékek összesen	149 999 Ft
Szállítási költség 	1 499 Ft
Áfa-tartalom: 27%	32208,24
<b>Végösszeg</b>	<b>151 498 Ft</b>

[Tovább >](#)

A vállalkozás a felhasználót alacsony árral csábítja a termék, szolgáltatás megvásárlására, majd a pénztárhoz érve váratlan díjakat és költségeket (a példában: „szállítási költség”) számol fel. Ekkorra a felhasználó már időt és energiát fektetett a tranzakcióba, és a váratlan költségek ellenére nagyobb valószínűséggel folytatja a vásárlást. Jelen esetben a felhasználó a termék kiválasztása során a nettó ár alapján hozta meg vásárlási szándékát, ugyanakkor a rendelés megerősítése és a vásárlás véglegesítése előtt a kosárhoz hozzáadásra került a terméket terhelő 27%-os ÁFA, valamint a szállítási költség összege is.

## 10. Zaklatás („Nagging”)



A zaklatás az interakció során történő ismétlődő zavarás, amely eltéríti a felhasználó figyelmét, mint például a felugró ablakok. Minden alkalom, amikor egy alkalmazás vagy egy weboldal megzavarja a felhasználót azzal a kéréssel, hogy tegyen meg valamit, kimeríti a felhasználó idejét és figyelmét. A vállalkozás agresszívan zaklatta a felhasználókat, hogy kapcsolják be az értesítéseket, és ezt hónapokon keresztül rendszeresen megismételte. A felhasználók nem tudták teljesen elutasítani a kérést - az egyetlen lehetőségük a "Tiltás" gomb volt, azonban ez nem állította meg az értesítés újabb megjelenését.

## 11. Akadályozás („Obstruction”)

**Az Ön adatainak védelme fontos a számunkra**

Mi és a partnereink információkat – például sütiket – tárolunk egy eszközön vagy hozzáférünk az eszközön tárolt információkhoz, és személyes adatokat – például egyedi azonosítókat és az eszköz által küldött alapvető információkat – kezelünk személyre szabott hirdetések és tartalom nyújtásához, hirdetés- és tartalom méréshez, nézettség adatok gyűjtéséhez, valamint termékek kifejlesztéséhez és a termékek javításához.

Az Ön engedélyével mi és a partnereink eszközeolvasásos módszerrel szerzett pontos geolokációs adatokat és azonosítási információkat is felhasználhatunk. A megfelelő helyre kattintva hozzájárulhat ahhoz, hogy mi és a partnereink a fent leírtak szerint adatkezelést végezzünk. Másik lehetőségként a hozzájárulás megadása vagy elutasítása előtt részletesebb információkhoz juthat, és megváltoztathatja beállításait. Felhívjuk figyelmét, hogy személyes adatainak bizonyos kezeléséhez nem feltétlenül szükséges az Ön hozzájárulása, de jogában áll tiltakozni az ilyen jellegű adatkezelés ellen. A beállításai csak erre a weboldalra érvényesek. Erre a webhelyre visszatérve vagy az adatvédelmi szabályzatunk segítségével bármikor megváltoztathatja a beállításait.

TOVÁBBI LEHETŐSÉGEK

OK, TOVÁBB

**Az Ön adatainak védelme fontos a számunkra**

Mi és a partnereink információkat – például sütiket – tárolunk egy eszközön vagy hozzáférünk az eszközön tárolt információkhoz, és személyes adatokat – például egyedi azonosítókat és az eszköz által küldött alapvető információkat – kezelünk az alábbiakban részletezett célokra. A megfelelő helyre kattintva hozzájárulhat ahhoz, hogy mi és a partnereink ilyen célú adatkezelést végezzünk. Másik lehetőségként a megfelelő helyre kattintva elutasíthatja a hozzájárulást, vagy a hozzájárulás megadása előtt részletesebb információkhoz juthat, és megváltoztathatja beállításait. A beállításai csak erre a weboldalra érvényesek. Felhívjuk figyelmét, hogy személyes adatainak bizonyos kezeléséhez nem feltétlenül szükséges az Ön hozzájárulása, de jogában áll tiltakozni az ilyen jellegű adatkezelés ellen. Erre a webhelyre visszatérve vagy az adatvédelmi szabályzatunk segítségével bármikor megváltoztathatja a beállításait.

ÖSSZES ELUTASÍTÁSAÖSSZES ELFOGADÁSA

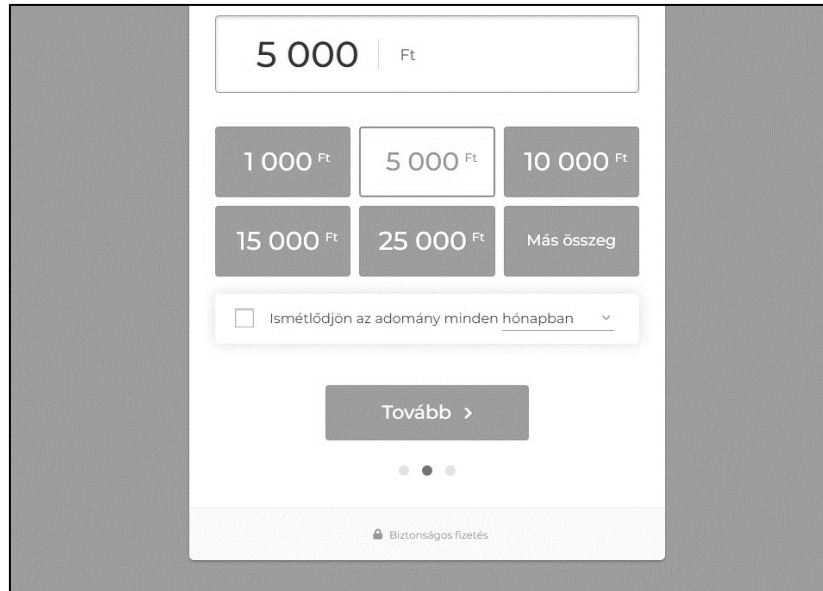
Az eszközön tárolt információk tárolása és/vagy elérése	KI >
Alapvető hirdetések kiválasztása	KI >

PARTNEREKJOGOS ÉRDEK

MENTÉS ÉS KILÉPÉS

Az akadályozás olyan típusú sötét megoldás, amely szándékosan akadályokat állít a felhasználó útjába, megnehezítve számára egy bizonyos művelet végrehajtását. A vállalkozás gyakorlatában megkönnyítette a süti beállítások elfogadását, de megnehezítette azok elutasítását. A felületén egyetlen kattintással lehetett elfogadni és folytatni az „ok, tovább” gombbal, de a beállítások elutasításához a felhasználónak egy nem egyértelmű gombra kellett kattintania és a beállításokat egyesével módosítania.

## 12. Előkiválasztás („Preselection”)

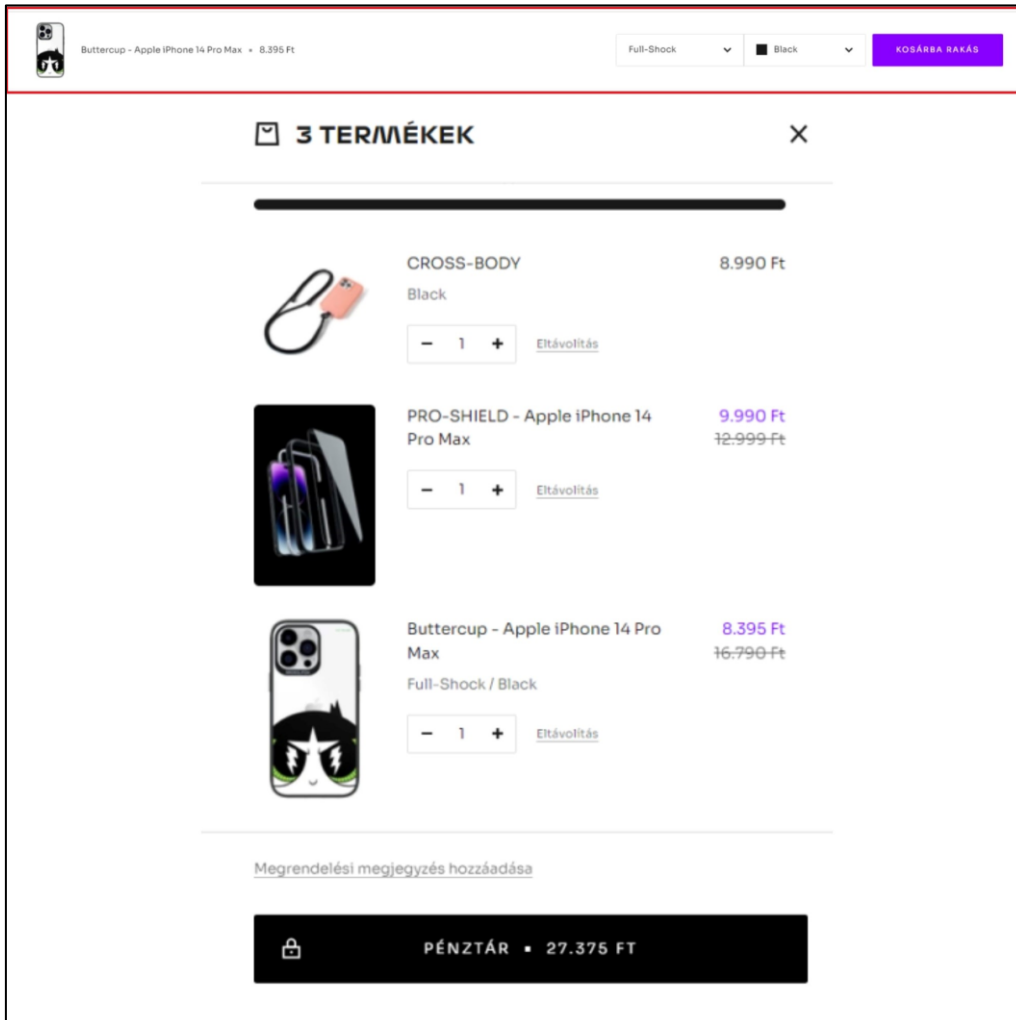


The image shows a mobile application interface for a donation form. At the top, a white input field displays "5 000 Ft". Below this, there are six buttons arranged in two rows: "1 000 Ft", "5 000 Ft", "10 000 Ft" in the first row, and "15 000 Ft", "25 000 Ft", "Más összeg" in the second row. The "5 000 Ft" button is highlighted with a white border. Below the buttons is a checkbox labeled "Ismétlődjön az adomány minden hónapban" with a dropdown arrow. At the bottom, there is a "Tovább >" button, three dots, and a "Biztonságos fizetés" label with a lock icon.

A felhasználónak egy már előre kiválasztott alapértelmezett opciót mutatnak, befolyásolva ezzel a választását. Itt szintén megfigyelhető a kognitív torzítás alkalmazása, ugyanis a felhasználók hajlamosak a számukra már kiválasztott opciót választani, még akkor is, ha más lehetőségek is rendelkezésre állnak. A leggyakoribb megközelítés az előre bejelölt jelölőnégyzet megjelenítése, amelyet a fenti példában is alkalmaztak az adományok vonatkozásában.

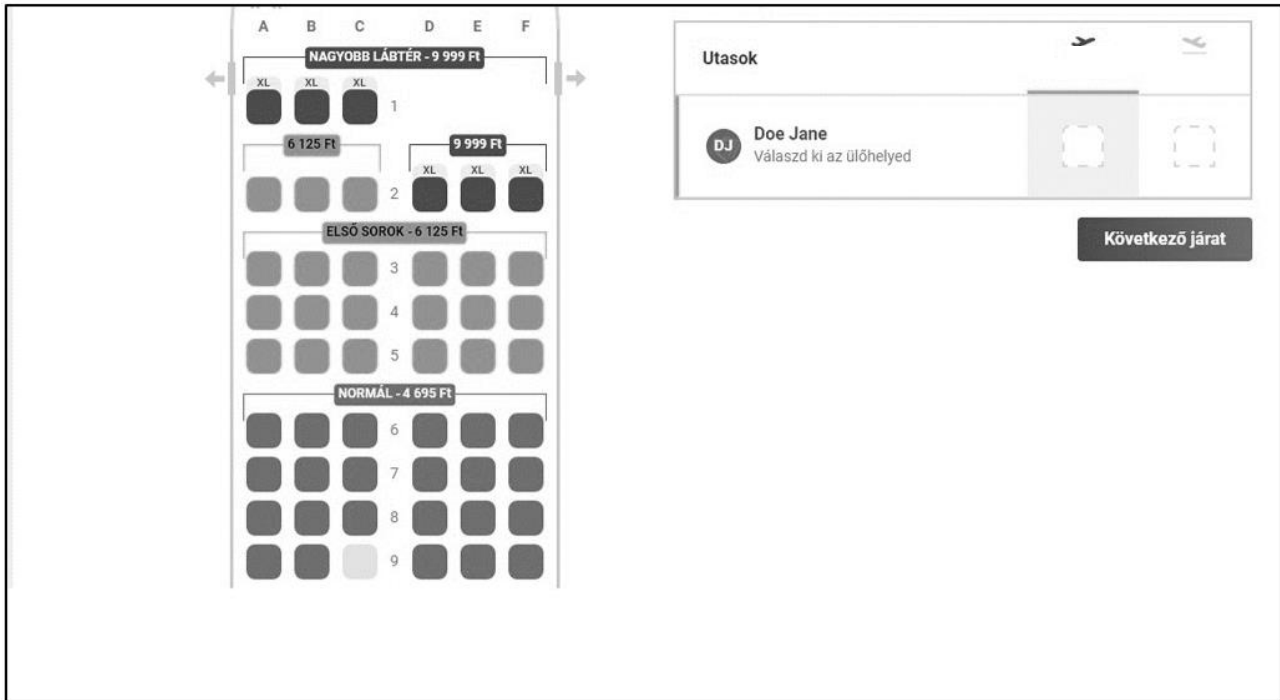


### 13. Csempészás („Sneaking”)



A felhasználó számára fontos információk elhallgatása, elrejtése, vagy késleltetett megjelenítése. Ilyenkor a felhasználót hamis ürüggyel vonják be a tranzakcióba a vonatkozó információk (pl. további költségek vagy nem kívánt következmények) elrejtésével, gyakran azért, hogy manipulálják a felhasználót egy olyan cselekvés megtételére, amelyet egyébként nem választana. A fenti példa esetén a vállalkozás a pénztárnál a felhasználók kosarába nem kívánt termékeket csempésztett. A termékek plusz 18980 forintba kerültek, és a felhasználó kifejezett beleegyezése vagy tudta nélkül kerültek a kosárba. A felhasználó mindeközben egyetlen telefontokot kívánt a kosárba helyezni.

## 14. Becsapó szöveg („trick wording”)



A felhasználót a zavaros vagy félrevezető nyelvezet ráveszi egy cselekvés megtételére. A becsapó szöveg sötét megoldása a felhasználói elvárásokat és a kétértelmű nyelvezetet használja ki a felhasználók megtévesztésére. A felhasználók az internetes böngészésük során az információmennyiséggel való megbirkózásuk során csupán szkennelő-olvasási technikát alkalmaznak, amely azt jelenti, hogy nem olvasnak el minden egyes szót, és nem időznek el rajtuk. A vállalkozás gyakorlatában az ülőhely kiválasztásakor csak egy feltűnő „Következő járat” gomb jelenik meg. Mivel a felhasználó számára nincs megjelenítve egyértelműen olyan opció, ami szerint nem köteles ülőhelyet választani, ezért ezt annak ellenére is kötelezőnek gondolhatja, hogy a vállalkozásnak nem állt szándékában a választás szükségességének kiemelése.

## 15. Bizonytalan forrásból érkező ajánlások (“Testimonials of Uncertain Origin”)



A felhasználók félrevezetése hamis, zavaró, megtévesztő vagy túlzó információkkal, amelyek forrása általában ismeretlen. A képen megfigyelhető egy Google vélemény a vállalkozásról, ami a vállalkozás weboldalán volt feltüntetve. Azonban, ez a vélemény valójában nem létezik, ami egyértelművé vált egy Google keresés következtében. Ebben az esetben a vállalkozás megbízhatónak tűnő, hamis vélemény segítségével próbálta ösztönözni a felhasználót a vásárlásra.