

Sötét mintázatok, sötét megoldások, különös tekintettel az online platformokra (összefoglaló)

Dr. Szilágyi Pál, DENTAL-PANNONIA Zrt., 2023

A kereskedelemben évezredek óta voltak sikeresebb és kevésbé sikeres vállalkozások, eladók. A vásárlási folyamat során egyes eladók minden korban felismerték a sikeres eladási, értékesítési technikák természetét és nem ritkán ki is használták azokat. A legújabbkori jogfejlődés reagált szabályozás formájában az értékesítési technikákra, melynek legismertebb példája a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokra vonatkozó szabályozás. A közös, uniós eredetű szabályozás minden tagállami jogban megtalálható és széleskörű joggyakorlata van a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatok elleni fellépésnek.

Az elmúlt évtizedekben a fogyasztói magatartás vizsgálata új szintre emelkedett. Sokáig megfigyelés, elemzés és fogyasztók saját bevallásán alapultak a kutatási eredmények. A modern képkötő technológiákkal azonban lehetővé vált, hogy közvetlenül vizsgáljuk fogyasztókban lezajló a biológiai folyamatokat, de egyszerűbb technológiák, mint pl. a honlapok esetén a szemmozgás nyomon követése is felbecsülhetetlen információ gazdagságot eredményezett. Az elmúlt évtizedben számos tudományos eredmény született és a terület folyamatosan fejlődik.

A sötét mintázatok kifejezés lényegében 2010-ben jelent meg és azt követően terjedt el. A jelenlegi uniós és tagállami szabályozások alapvetően széleskörben még nem használják, ugyanakkor a 2020-as évek jogalkotásában már számos soft-law forrásban megjelenik. A szabályozó mostanra felismerte a jelenséget, szabályozása azonban jelenleg még a gyakorlatban esetleges. Ez alapvetően nem tekinthető negatívumnak tekintettel arra, hogy a neurotudományokban még nem alakult ki konszenzus a legtöbb kérdésben.

A modern versenyszabályozás és az ahhoz kapcsolódó fogyasztóvédelmi jellegű szabályozás (pl. tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatok szabályozása) a tudatos, racionális fogyasztó modelljére épült fel. A szabályozók számára nem ritkán evidens, hogy az individuális fogyasztók nem mindig viselkednek racionálisan, de nagy tömegekben alapvetően a közgazdaságtanban ismert és elvárt magatartást szokták tanúsítani, így pl. az alacsonyabb és jobb minőségű árut választják a piacon. A neurotudományok ugyanakkor rávilágítanak arra, hogy a vásárlási döntések akár 95-99.9%-a is a tudatalattiban történhet. Ez a tény alapvetően változtathatja meg a szabályozás jellegét.

Az előző bekezdés végén említett tény ugyanakkor felvet egy igen jelentős koncepcionális kérdést. Amennyiben a vásárlási döntések szinte teljes mértékben a tudatalattiban születnek, akkor hogyan adaptáljuk a meglévő szabályozási modellt ehhez.

A fogyasztók döntéshozatali mechanizmusa vonatkozásában igen nagy számú ún. kognitív tévedést azonosított a szakirodalom. A kognitív tévedések olyan döntéshozatali torzító tényezők, amelyek miatt a természetes személy ritkán, ha egyáltalán tud, racionális döntést hozni. A tanulmányban bemutatunk számos ilyen tényezőt. Tekintettel arra, hogy a kognitív tévedések rendkívül számosak, így akár kijelenthető, hogy komoly erőfeszítést jelentene olyan felhasználói felületet alkotni, amely nem befolyásolja a tudatalattit, hiszen egy egyszerű színválasztás is már hatással van a döntéshozatali folyamatra.

A sötét mintázatok kifejezés nem a legszerencsésebb kifejezés, hiszen egy a jogban nem gyakori kifejezést használ (sötét), amelynek tartalma vonatkozásában kevés fogódzó van. A jelenleg ismert szabályozási koncepciók, soft-law források és háttér tanulmányok, valamint a szakirodalom gyakran megkívánja, hogy legyen valamilyen tudatosság a felhasználói felület kialakítása során, amely

tudatosság arra irányul, hogy a fogyasztót olyan döntés meghozatalára vezesse rá, amely a fogyasztó számára hátránnyal jár. A sötét mintázatok kifejezés továbbá a kiemelkedően, de nem kizárólag a felhasználói felület, folyamat (user interface design) vonatkozásában használt kifejezés. A tanulmány a kifejezés választást kritizálja, de tényként elfogadja, hogy a jelenlegi fejlődési irány alapján várhatóan ez lesz a bevett terminológia.

A jelenlegi szabályozói folyamatokból kitűnik, hogy bár közel tucat uniós jogforrás szolgál(hat) egy szabályozói beavatkozás alapjául, a legjelentősebb jogforrás jelenleg a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv (UCPD). A UCPD négy rétegű, generálklauzulákra épülő szabályozása – a versenyjogban egyébként megszokott módon – kellően rugalmas ahhoz, hogy egyes sötét mintázatokat szabályozni tudjon. Ilyen volt például Magyarországon a booking.com döntés.

A UCPD szabályozási mintája ugyanakkor koncepcionálisan a jelenség egészének szabályozására jelenlegi formájában továbbfejleszhető. A tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokért a felelősségrevonásnak nem feltétele a szándékosság, de a tudatosság sem. A sötét mintázatok esetén azonban többletelem a tudatosság.

A sötét mintázatok értékelése során a tanulmányban javasolt vizsgálati modell épít tehát a UCPD eddigi alkalmazási gyakorlatára, azonban előnyösnek mutatkozik annak továbbfejlesztése. A sötét mintázatok megítélése során – a klasszikus antitröszt mintára – célszerű lenne megkülönböztetni a szükségszerűen tisztességtelen sötét mintázatokat és a hatás alapon tisztességtelen sötét mintázatokat. Ez a szabályozás nem idegen a UCPD-től, hiszen jelenleg is számos ún. fekete listás magatartás van, melyek közül egyesek megfeleltethetőek egyes sötét mintázatoknak. Az ilyen módon nem tiltott magatartások esetén azonban szükséges egy részletes és közgazdaságtudományban gyökerező elemzésre annak megállapítása érdekében, hogy sötét mintázatról van-e szó. A sötét mintázatok ugyanakkor nem csak negatív, hanem pozitív hatásokkal is járhatnak, így célszerűnek tűnik, hogy legyen lehetőség azon magatartások esetén, amelyek nem természetüknél fogva tisztességtelen sötét mintázatok, arra, hogy kimentsék azokat, azaz mentesülhessenek a jogkövetkezmények alól az ilyeneket alkalmazó vállalkozások a feltételek teljesülése esetén. Egy ilyen elemzési módszer lehetőséget teremt arra, hogy csak azon esetekben avatkozzon be a szabályozó, amikor arra valóban szükség mutatkozik.

A magyar piacon számos online platform vizsgálata után egyértelmű, hogy minden platform alkalmaz olyan megoldásokat, amelyek a vásárló tudatalattiját befolyásolja. Egyes megoldások széles körben elterjedt megoldások a piacon, mások ritkábban alkalmazottak, de egyértelmű, hogy nem lehetséges olyan felhasználói felület tervezése, amely esetén ne találánk legalább valamilyen tudatalattit befolyásoló elemet. Ez is alátámasztja azt, hogy míg egyes magatartások esetén – a megfelelő piaci tapasztalatok alapján – a szabályozó vélelmezheti – akár megdönthetetlen vélelem útján (fekete lista) – hogy az tisztességtelen és jogellenes, más esetekben azonban szükséges az eseti, egyedi elemzés. Ez utóbbira jelenleg sem a szabályozói környezet nem nyújt elég támpontot, sem a beavatkozó hatóságok nem rendelkeznek elegendő erőforrással, hiszen igen széles körben alkalmazott megoldások is vannak.

A fentiek okán célszerű megközelítés, először a szabályozó részéről a minden körülmények között tilos magatartások azonosítása, ezek iránymutatás, soft-law jellegű közzététele és megfelelő szabályozói környezet biztosítása, hogy a piaci szereplők alkalmazkodni tudjanak. Ezt követően eseti beavatkozások útján célszerű folyamatosan fejleszteni a gyakorlatot és elemezni az egyes magatartásokat. Tekintettel a széttöredezett uniós jogalkalmazásra (27 tagállami hatóság) feltétlenül szükségesnek mutatkozik a rendszeres egyeztetés és közös, uniós szintű standardok kialakítása.