

leges anyagok újrahasznosítása, mint az alumínium, a nikkel, a palládium és a réz. Az alkalmazott anyagok körülbelül 90 százaléka újrahasznosítható.

Válogatta: Berke Barnabásné
Forrás: www.sg.hu

Manipulálják a felhasználókat a webes ajánlatok

A platformok különböző pszichológiai és dizájn megoldásokat alkalmaznak erre a célra.



Az Európai Bizottság megbízásából elkészített *Behavioural study on unfair commercial practices in the digital environment: dark patterns and manipulative personalisation* című [tanulmány](#) szerzői kimutatták, hogy számos nagy internetes szolgáltatás alkalmaz trükköket a látogatói megtévesztésére. Ezek között vannak a bizonyos színekkel kiemelt gombok és a gyors vásárlásra ösztönző időzítők. A szakemberek azt írták, hogy szinte az összes Európai Unióban népszerű honlap és alkalmazás használ legalább egy ilyen megoldást arra, hogy pszichológiai vagy manipulatív dizájn elemek segítségével befolyásolja a fogyasztókat.

A leggyakrabban felfedezett kategóriákba a rejtett információk, a manipulatív személyre szabás, az előválasztások, a virtuális „lökdösődések” („nyagatások”), a nehézkes megrendelés-lemondások és a kényszer-regisztrációk tartoztak. Ezek célja olyan tranzakciós döntésekre készíteni a fogyasztókat, amelyek ellentétesek az érdekekkel. Mindezek veszélyeztetheti a fogyasztók digitális piacokba vetett bizalmát, és kihasználhatják a fogyasztók sebezhetőségét. A tanulmány felhívja a döntéshozók figyelmét, hogy kívánatos lenne a piaci helyzet részletesebb vizsgálata, és annak alapos átgondolása, hogy a jelenlegi uniós fogyasztóvédelmi keret továbbra is megfelel-e ezeknek a kihívásoknak.

A tanulmány készítői 45 olyan portált és 30 alkalmazást elemeztek, amelyek az európai uniós tagállamokban a legnagyobb internetforgalmat bonyolítják. Az érintett ajánlatok között volt az Amazon, az eBay, a Facebook, a Google, az IKEA és a Zalando, illetve a Brawl Stars, a Chrome alkalmazása, a TikTok és a WhatsApp.

Az elektronikus kereskedelmi platformok előszeretettel használnak visszaszámlálókat és időbeli korlátozásokra utaló megoldásokat. A vásárlókat leginkább az egészségügyi és a fitnessalkalmazások próbálják meg rávenni a mielőbbi rendelésekre. Az emberek többsége csak nagyon korlátozott mértékben tudja felismerni ezeket a praktikákat, pedig a manipulatív módszerek pénzügyi károkhoz, autonómia- és magánszféra-sértésekhez, kognitív terhelésekhez és pszichikai károkhoz vezethetnek. S akkor még szó sem esett a piaci versenyre, az árak átláthatóságára és a piaci bizalomra gyakorolt káros hatásokról.

A kutatók megállapították, hogy a különböző trükkök gyakorlatilag az érzelmekkel való játékot jelentik, alkalmasak a fogyasztók befolyásolására, az eredeti vásárlási döntések módosítására és az ilyen gyakorlat különösen az idősekre és a kevésbé iskolázott személyekre hat károsan. A felbukkanó ablakok növelik a vérnyomást és a kényszer gyakran frusztrációt vált ki. A fő kihívás az, hogy az ilyen gyakorlatok gyakran a legitím meggyőzési kísérletek és az illegitim manipulációs technikák közötti elmosódott területen működnek. Ugyanúgy megjelennek a mobilalkalmazásokban, mint a webhelyeken, és mind a tagállami, mind az EU-n kívüli kereskedők alkalmazzák ezeket.

Válogatta: Berke Barnabásné
Forrás: www.sg.hu