

COMPLIANCE INSIGHTS

Vol. 103

Dark patterns.
Gdy interfejs
manipuluje
decyzją
użytkownika



1. Czym są dark patterns?

Za dark patterns uznaje się wzorce projektowe interfejsu, które:

ZWODZĄ – tworzą fałszywe wyobrażenie o wyborze.

MANIPULUJĄ – wykorzystują presję, asymetrię i efekt domyślności.

UTRUDNIAJĄ – zniekształcają lub ograniczają swobodną decyzję.

Istotna jest odpowiedź na pytanie: czy użytkownik wybrałby to samo, gdyby opcje były równie widoczne, informacje pełne, a odmowa równie łatwa jak zgoda?



2. Projektowanie decyzji użytkownika

Dark patterns działają na architekturze wyboru, nie tylko na treści komunikatu.

1. Bodziec, który buduje presję, przyciągający kolor, domyślność.
2. Skrót, który sprawia, że użytkownik działa spontanicznie.
3. Klik, czyli szybki wybór – korzystny dla właściciela platformy.
4. Koszt, który ponosi użytkownik (opłata, subskrypcja, dane osobowe).
5. Konflikt interesu: utrudniona rezygnacja, trudna ścieżka reklamacyjna.

Organ nadzoru może ocenić łącznie układ przycisków, kolejność ekranów, ustawienia domyślne, liczniki, komunikaty, sposób rezygnacji.



3. Przykłady dark patterns

Pojawiają się w e-commerce, aplikacjach i serwisach abonamentowych.

PRESELEKCJA – domyślnie zaznaczona droższa opcja lub dodatek.

UKRYTE KOSZTY – opłata ujawniona dopiero przy finalizacji transakcji.

FAŁSZYWA PILNOŚĆ – liczniki „ostatnie sztuki” bez realnej podstawy.

SOCIAL PROOF – nieprawdziwe informacje lub opinie o popularności produktu lub usługi.

NAGGING – powtarzające się prośby po dokonaniu wyboru.

ROACH MOTEL – łatwo dołączyć, ale trudno zrezygnować.



4. **Niespodzianki w koszyku zakupowym**

„Prezent” w koszyku, czyli produkt lub usługa niezamówiona przez użytkownika, automatycznie dodana.

Cena rośnie na końcu, bo obowiązkowe koszty są ujawniane na ostatnim etapie przed finalizacją transakcji.

Odmowa jest ukryta. Przycisk odmowy ma niższy kontrast, niejasną etykietę albo dodatkowe kroki.

To samo ryzyko prawne może wynikać z microcopy, ustawień domyślnych, czy też kolejności ekranów.



5. Pułapka subskrypcji, czyli wejście łatwe, wyjście trudne.

Aktywacja jednym kliknięciem, ale rezygnacja, która wymaga znalezienia ukrytych ustawień, podania powodu rezygnacji, hasła, odrzucenia oferty „ratunkowej”, ponownego potwierdzenia.

Zasadą powinna być symetria. Tyle samo wysiłku i jasne skutki decyzji, bez względu na to, czy użytkownik rozpoczyna subskrypcję, czy właśnie z niej rezygnuje.

Interfejs platformy internetowej powinien być zaprojektowany zgodnie z art. 25 DSA.



6a. Dark patterns w przepisach prawa

Zarówno przepisy polskie jak i europejskie zakazują stosowania dark patterns.

DSA, czyli Akt o usługach cyfrowych zakazuje budowania interfejsów zwodzących, manipulujących lub istotnie ograniczających wolną i świadomą decyzję użytkownika.

Ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym między innymi określa przesłanki uznania praktyki rynkowej za agresywną oraz wprost wymienia czarną listę agresywnych praktyk rynkowych względem konsumenta.



6b. Dark patterns w przepisach prawa

Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów zakazuje stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

RODO w obszarze zgód i danych osobowych wymaga dobrowolności, konkretności, świadomości, jednoznaczności zgody oraz rozliczalności.

Data Act, czyli Akt w sprawie danych zakazuje utrudniania użytkownikom wykonywania ich praw poprzez nieneutralny interfejs w przypadkach przewidzianych w tej regulacji.



7. Czy Twoja praktyka jest legalna?

Lista pytań kontrolnych, które ułatwią analizę konkretnego interfejsu:

1. **Czy jest praktyką rynkową?** Tak, jeśli jest elementem ścieżki sprzedaży, marketingu lub wykonywania uprawnienia.
2. **Czy wybór jest wolny?** Tak, jeśli brak presji, brak asymetrii opcji.
3. **Czy wybór jest świadomy?** Tak, jeśli użytkownik ma pełne, jasne i podane we właściwym czasie informacje.
4. **Czy wpływ praktyki jest istotny?** Nie, jeśli nie wpływa na decyzję zakupową.
5. **Czy dotyczy zbiorowości?** Powtarzalny mechanizm wobec grupy konsumentów zwiększa ryzyko kontroli UOKIK.



8. **Sankcje i roszczenia**

Ryzyko obejmuje nie tylko karę pieniężną, ale także:

1. Naruszenie zbiorowych interesów konsumentów: kara UOKIK do 10% obrotu za poprzedni rok, a także nakaz zaniechania praktyki, usunięcie skutków z rynku.
2. Naruszenie przepisów DSA – grzywna w wysokości do 6% łącznego światowego rocznego obrotu uzyskanego w poprzednim roku obrotowym.
3. Konsumenci mogą wystąpić z roszczeniem naprawienia szkody i zwrotu świadczeń.
4. Naruszenie zasad przetwarzania danych osobowych określonych w RODO – kara administracyjna do 20 mln euro.



9. **Jak projektować bezpiecznie?**

RÓWNOŚĆ Zgoda i odmowa równie widoczne.

PRZEJRZYSTOŚĆ Cena, czas, skutek i cykliczność przed ostatnim kliknięciem.

BRAK PRESELEKCJI Dodatki wymagają świadomego działania użytkownika.

SYMETRIA Rezygnacja nie może być trudniejsza niż zapis.

DOWODY Źródła komunikatów o popycie, czasie i dostępności.

TEST CAŁEJ ŚCIEŻKI UX review + legal review + test z użytkownikiem.

Interfejs ma pomagać podjąć decyzję, a nie podejmować ją za użytkownika.



Compliance Insight



Mariusz Purgał

Partner

mariusz.purgal@kwkr.pl
+48 797 927 960



Joanna Bochaczyk

Associate

joanna.bochaczyk@kwkr.pl
+48 511 922 988

Zapraszamy do kontaktu

KWKR.

Behind Your **Growth**