

ÚVOD

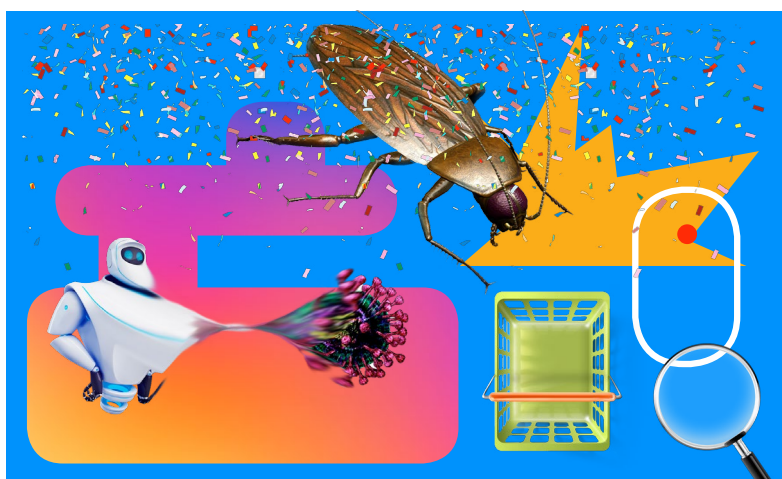
KATEGORIE

UŽITEČNÉ PLUGINY

UŽITEČNÉ ODKAZY

O PROJEKTU

Dark patterns a na co si dát pozor při brouzdání internetem.



Dark patterns (temné zákonitosti) jsou metody, obsahující kontrolovanou práci s jazykem, barvami, tvary, prostorem a hierarchií a zároveň chytře pracují s uživatelskými návyky, reflexí a intuicí návštěvníka stránky (případně specifické skupiny návštěvníků).

Z hlediska designu jde o tenkou hranici mezi přesvědčováním a záměrnou manipulací, takže je v případě „chycení se“ těžké dožadovat se jasného práva.

Tyto triky jsou jakýmsi digitálním ekvivalentem praktik u nás známých „šmejdů“, kteří neberou v potaz naše zájmy a rozhodnutí, ale psychologickými kličkami, oklikami a hledáním slabých míst, se nám snaží prodat a dotlačit nás k rozhodnutí, které bychom sami neprovedli. Do pasti se lze chytit velmi snadno jen pouhou nepozorností, či při nedostatku času.

Kategorie

Následující kategorie slouží jako přehled manipulativních metod, na které můžeme v on-line prostředí narazit. Modré pozadí jsou interaktivní ukázky, oranžové jsou ilustrativní. Nezapomeňte, že nejlepší obranou je o nebezpečí vědět a tím mu předcházet.

Švábí motel

Založení účtu je ve srovnání s jeho zrušením násobně náročnější a vyžaduje více úkonů — např. zrušení prémiového předplatného, nebo celkové zrušení účtu. Postup zrušení je často neintuitivní, je třeba se zorientovat v jeho umístění. V nejhorším případě je ke zrušení vyžadován osobní telefonát, osobní návštěva, nebo zaslání dopisu o zrušení.



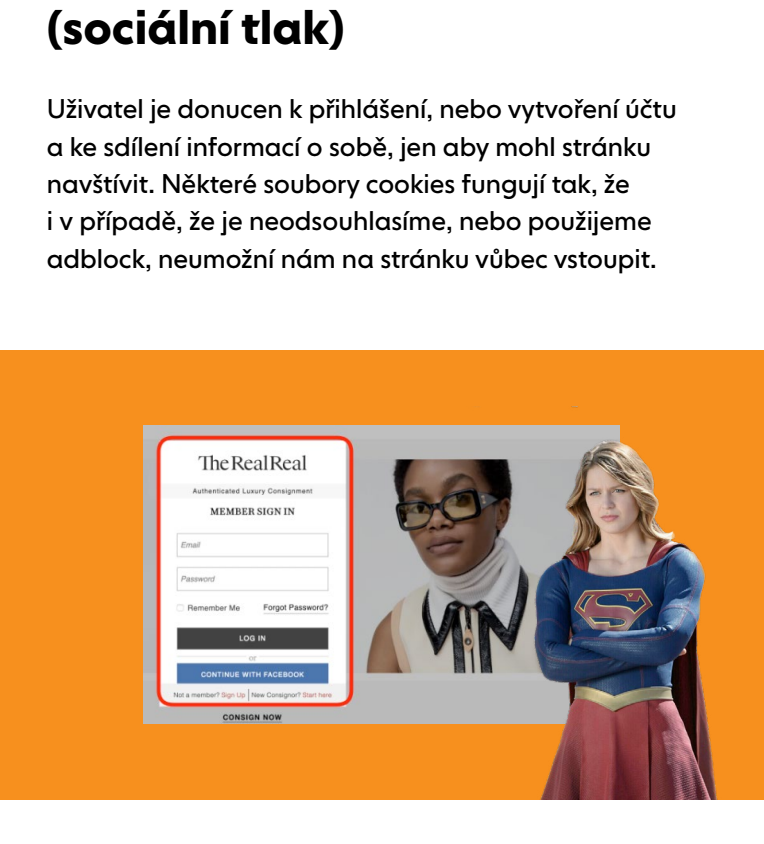
Privacy Zuckering

Jde o manipulaci k veřejnému sdílení mnohem více informací o sobě, než jsme skutečně předpřeli (pojmováno podle gen. ředitele Fb M. Zuckerberga). Příkladem je situace, kdy se při odstraňování aplikace zobrazí upozornění, že zatímco aplikace odstraní všechna data ze zařízení, v cloudu data zůstanou pro případné personalizování reklam a data tracking.



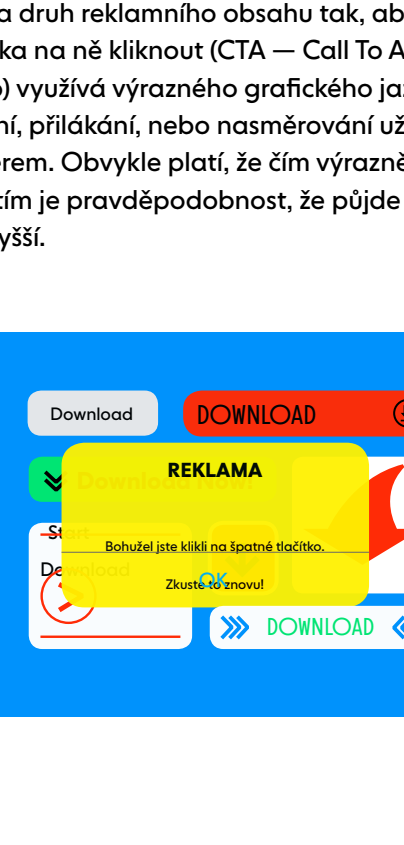
Skryté poplatky / Hidden Costs

Tato situace často nastává při on-line nákupu. V posledním kroku zjistíte se objeví nečekané poplatky o kterých uživatel před potvrzením objednávky nevěděl (např. poplatek za rezervaci, zařízení objednávky, manipulační objednávky atp.). Nevratný je pak např.: rezervační poplatek. Tato informace je vizuálně nenápadná (světlé písmo, umístění vespuďu košíku).



Skryté přeplatné

Účtování poplatků uživateli pod záminkou jednorázového poplatku nebo bezplatné zkušební verze. Příkladem je registrace do Netflixu, kdy je využitý výrazný vizuální apel k informování o účtování poplatků až po ukončení volného měsíce.



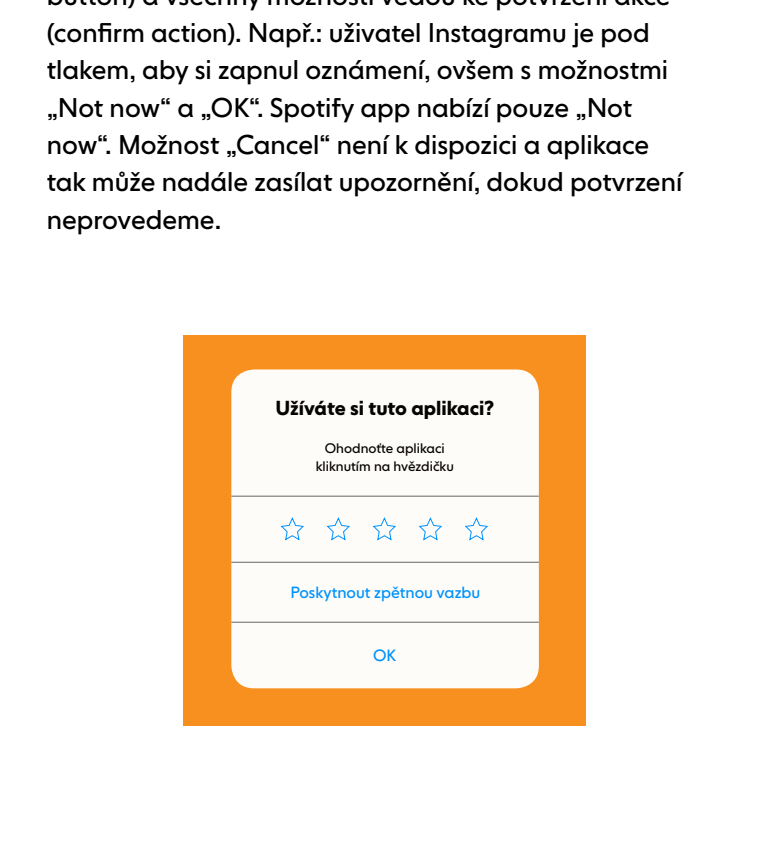
Nucené pokračování

Když skončí vaše bezplatná zkušební verze se službou a na vaší kreditní kartě se nenápadně začínou účtovat poplatky bez jakéhokoliv varování. V některých případech se situace zhoršuje tím, že je obtížné členství zrušit.



Limitovaná nabídka (sociální tlak)

Vizuální připomínání, že „v nejbližší době“ dojde k vyprodání nabídky, ovšem bez určení termínu kdy, což vytváří tlak na rychlé dokončení objednávky. Ukázkovými případy jsou upozornění na rezervaci stránek (Booking.com, Hotel.com). Zbývají „poslední“ dva pokoje. Na stránce je simulovaná sociální aktivita imaginárních zákazníků k vytvoření pulsující nákupní aktivity. Pokud je součástí časomíra, po uplynutí se nic nezmění.



Confirmshaming (sociální tlak)

Možnost odmítnout je formulována způsobem, aby uživatele zahanbila tím, že dodržuje předpisy. Použití zahavujícího textu doplněného o emocionálně zabarvenou ilustraci. Uživatel je donucen litoval svého rozhodnutí, aby si odhlášení newsletteru rozmyslel.



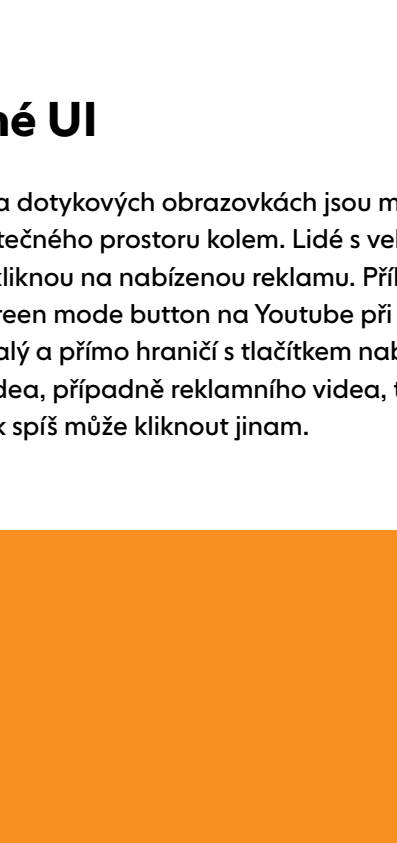
Nutnost přihlášení (sociální tlak)

Uživatel je donucen k přihlášení, nebo vytvoření účtu a ke sdílení informací o sobě, jen aby mohl stránku navštívit. Některé soubory cookies fungují tak, že i v případě, že je neodsouhlasíme, nebo použijeme adblock, neumožní nám na stránku vůbec vstoupit.



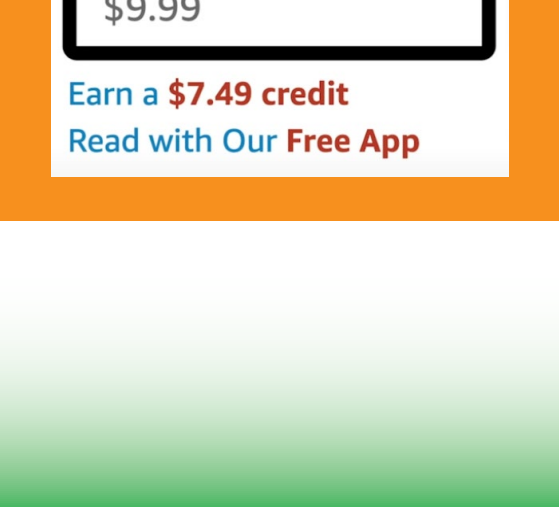
Falešné recenze (sociální tlak)

Ohlasy na stránce produktu jsou formulovány roboty, případně generovány tak, aby hodnotily produkt co nejvyšším počtem kladných hodnocení pod záminkou promování produktu. Dalším krokem je pak tzv. Blemishing effect (Pošpiňující efekt), který naopak zobrazí několik negativních recenzí (může jít i o reálné recenze, ale umístěné na správné místo), které chytře podpoří prodej produktů s pozitivními recenzemi.



Falešná CTA tlačítka (vizuální zmatení)

Falešný vzhled tlačítek Confirm, OK, Download... Lákající na druh kliknutí oběhů tak, aby kliknutí tlačítka (tzw. radio buttons, kruhová), takže interaktivní má na základě zkušenosti větší sklon vybrat pouze jednu možnost, která se hodí majiteli stránky.



Falešná volitelná tlačítka

Zaškrtávací políčka se záměrně zobrazují jako přepínač tlačítka (tzw. radio buttons, kruhová), takže interaktivní má na základě zkušenosti větší sklon vybrat pouze jednu možnost, která se hodí majiteli stránky.

Falešné novinové titulky (vizuální zmatení)

„Clickbait“ metoda tváří se jako reálná a významná příloha s vizuálně relevantním zdroje (BBC, ČT atp.). Snahou je odvést čtenářovu pozornost, který se v očekávání zjištění bližší informace dostaneme na reklamní stránku, kterou neplánovaně navštívíme.

Falešné příchozí zprávy (vizuální zmatení)

Součástí „clickbait“ metody se uživateli zobrazují vyskakovací umělé notifikace, které simulují příchozí zprávy, mail, nebo upozornění ze sociálních sítí atp. Po jejich otevření se dostaneme na reklamní stránku, kterou jsme navštívit neplánovali.

Falešný antivir

Paradoxním příkladem jsou antiviry, u kterých se objevuje manipulativní chování. Například Apple malware / adware MacKeeper, po nainstalování přenesou jako je požadováno se svou aktivitou neustále připomíná. Windowsový antivir Avast s automatickou obnovou primárního antiviru aniž by dával uživateli nabídku k souhlasu.

Žádné tlačítko zpět (vizuální zmatení)

Okna s upozorněním, která nenabízejí krok zpět (leave button) a všechny možnosti vedou ke potvrzení akce (confirm action). Např.: uživatel Instagramu je pod tlakem, aby si zapnul oznámení, ovšem s možnostmi „Not now“ a „OK“. Spotify app nabízí pouze „Not now“. Možnost „Cancel“ není k dispozici a aplikace tak může nadále zasílat upozornění, dokud potvrzení neprovedeme.

Hard click reklamní okno

Metoda, která ve formě adware/malware vyskakovacích oken způsobí, že po kliknutí kamkoliv (zavřít, potvrdit, plocha reklamy) se v novém okně otevře nová reklama. Klasickým příkladem (který už je spíše na ústupu, protože je velmi dobře vizuálně rozeznatelný), je oznámení, že „Vaše IP adresa byla vybrána a že jste např. vyhráli cenný dárek v podobě iPhone, Samsung Galaxy, Earpods atp.).

Prázdný košík (vizuální zmatení)

Bílá plocha jako „prázdné místo“ v online nákupním košíku chytře upozorňuje na nutnost „zaplnit“ košík dalšími položkami. Ze stejného důvodu se například začaly zvětšovat fyzické nákupní vozíky v obchodech.

Nucené scrollování

Návštěvník je donucen scrollovat napříč stovkami produktů, než se dostane k dalšímu kroku vespuďu stránky (např.: portál Megaknihy.cz vás v posledním kroku internetové objednávky donutí prohlédnout a scrollovat napříč obrovským množstvím jeho produktů, abyste následně mohli potvrdit objednávku. Cílem je donutit návštěvníka ke koupi dalších produktů.

Nucený swipe

Metoda clickbaitu pro dotykové obrazovky. Součástí reklamy je umělé smítko nebo vlas, které v momentě smetení nechtěně provede swipe-úkon a otevře cílovou reklamu.

Gamification

Gamifikace je technika marketingu, která za pomoci herních mechanismů, designu a myšlení v herním prostředí zvyšuje zájem, loajalitu a nadšení uživatelů!

Neviditelné písmo

Důležitý nápis je uveden nevýrazným, nebo i částečně skrytým a miniaturním písmem, abychom ho přehlédli. Výrazně nesrozumitelné jsou pak texty vysázené stejnou barvou jako je pozadí (bílá na bílé). Drobné písmo ve spodní části stránky vysvětluje, že pokud nezruším své členství před skončením bezplatné zkušební verze, bude mi účtováno měsíční předplatné. Většinou jde o obchodní podmínky. Unsubscribe tlačítka ve spodních částech mailu, nebo X buttons k zavřítí okna. Naopak u nabídky produktů se ceny nepíšou tak výrazně z důvodu, aby neodkládávaly zákazníky (Amazon atp.)

Špatné UI

Tlačítka na dotykových obrazovkách jsou miniaturní, bez dostatečného prostoru kolem. Lidé s velkými prsty, snadnou kliknou na nabízenou reklamu. Příkladem je Exit full screen mode button na Youtube při přehrávání, který je malý a přímo hraničí s tlačítkem nabízeného dalšího videa, případně reklamního videa, takže návštěvník spíše může kliknout jinam.

Dvojitý negativ (matoucí jazyk)

Používání nejasné formulace k manipulaci čtenáře. Při vyplňování formuláře odpovídat na otázku, která má zblázněného pohledu působí, že se ptá na jednu věc, ale při druhém přečtení zjistíte, že je formulovaná tak, aby měla napoprvé srozumitelná. Typickým příkladem je dvojitá negace v otázce, že „Vaše IP adresa byla vybrána a že jste např. vyhráli cenný dárek v podobě iPhone, Samsung Galaxy, Earpods atp.).

Přidružená slova

Součástí textu jsou jiná nesouvisející slova, která podvědomě vnímáme jako součást např.: hlavní ceny. Slova jako „Zdarma“, „0 Kč“ — nás pak ovlivní k podvědomému pocitu nižší ceny.

Dvojitý negativ (matoucí jazyk)

Používání nejasné formulace k manipulaci čtenáře. Při vyplňování formuláře odpovídat na otázku, která má zblázněného pohledu působí, že se ptá na jednu věc, ale při druhém přečtení zjistíte, že je formulovaná tak, aby měla napoprvé srozumitelná. Typickým příkladem je dvojitá negace v otázce, že „Vaše IP adresa byla vybrána a že jste např. vyhráli cenný dárek v podobě iPhone, Samsung Galaxy, Earpods atp.).

Přidružená slova

Součástí textu jsou jiná nesouvisející slova, která podvědomě vnímáme jako součást např.: hlavní ceny. Slova jako „Zdarma“, „0 Kč“ — nás pak ovlivní k podvědomému pocitu nižší ceny.

Užitečné pluginy

Podstatným je vůbec zamyšlení se nad prokázováním konsentu/souhlasu při návštěvě webové stránky a to, jakým způsobem je informace jazykově a vizuálně ohlášena.

Adblocker pro Google Chrome funguje automaticky po zvolení „Přidat do Chromu“. Je zde možnost nastavit si, zda chcete zobrazovat nenápadné reklamy, přidat seznam povolených pro své oblíbené weby nebo ve výchozím nastavení blokovat všechny reklamy. AdBlock je součástí programu Přijatelné reklamy, takže nenápadné reklamy nejsou ve výchozím nastavení blokovány aby podporovaly webové stránky. Věříme, že uživatelé by měli mít kontrolu nad tím, co vidí na webu, takže se můžete snadno odhlásit v nastavení AdBlock.

Přijetím cookies dáváme oprávnění k použití informací k přizpůsobení stránky a sledování našeho chování při jejím procházení. Problematické je neustálé vyskakování tohoto upozornění, které člověk v současném prostředí obvykle v rámci „otravnosti“ odklikne. Plugin „I don't care about cookies“, který v tomto ohledu nabízí NEUTRÁLNÍ volbu, tj. nebýt trackován, představuje zároveň tuto možnost vizuálně dostatečně srozumitelně a přívětivě.

Plugin s názvem Rizikové weby detekuje rizikové weby a varuje uživatele před jejich návštěvou, před nákupy a používáním jejich služeb. Varování je zobrazeno pomocí popup okna, kde je možné přejít na odkaz s důvodem evidence webu. Dále je varování zobrazeno pod ikonou tohoto rozšíření. Varování je také zobrazeno, pokud odkaz na stránce vyhledávače (Google, Bing, Seznam.cz) odkazuje na rizikový web. Tuto aplikaci oficiálně podporuje ČOI (Česká Obchodní Inspekce).

Užitečné odkazy

<http://www.bezpecnyinternet.cz/>

<https://www.coi.cz/pro-spotrebitele/rizikove-e-shopy/>

<https://www.hoax.cz/hoax/aktuality/>

<https://webtransparency.cs.princeton.edu/dark-patterns/#revisions>

<https://www.nytimes.com/interactive/2015/12/04/business/media/bad-ads-list.html?mtrref=www.nytimes.com&assetType=REGIWALL>

<https://www.ghostery.com/>

<https://www.reddit.com/r/assholedesign/>

O projektu

Tato webová stránka je součástí diplomové práce
v Ateliéru Tvorby Písma a Typografie na pražské
UMPRUM.

Credits: XXXXXXXXX

XXXXXXXXXXXX

XXXXXXXXXXXX

XXXXXXXXXXXX

SDÍLEJ A ŠÍŘ DOBRO



FB

IG

TW