



Pázmány Law Working Papers
2025/1

Bárány Flórián

Sötét mintázat áldozata lettem – ki fogja megtéríteni a káromat?

Pázmány Péter Katolikus Egyetem
Pázmány Péter Catholic University Budapest

<http://jak.ppke.hu>

<http://www.plwp.eu/>

ISSN: 2062-9648

Sötét mintázat áldozata lettem – ki fogja megtéríteni a káromat?

*A fogyasztó kompenzációra való jogosultságának és esélyeinek vizsgálata
tisztezteltelen kereskedelmi gyakorlatok kontextusában*

Bárány Flórián – PPKE-JÁK (doktorandusz)

Absztrakt

HU

Az EU versenyjogi szabályainak megsértéséből eredő fogyasztói károk magánjogi úton való megtérítése az elmúlt években a viták homlokterében áll. A vita közelmúltbeli fontos kérdésével vált az, hogy a köz- és magánszféra kikényszerítési erőfeszítéseinek keveredése javíthatja-e a fogyasztók kártalanításának hatékonyságát.

Magyarországon a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatok jogának megsértése miatti fogyasztói kártalanítást szorgalmazza a Gazdasági Versenyhivatal, amely jelentős eredményeket ért el a fogyasztók közvetlen javára e tekintetben.

Ebben a tanulmányban azt vizsgálom, hogy az ún. addiktív (*addictive by design*) sötét mintázatok („ASM”) jogellenesnek tekinthetők-e a magyar polgári jog rendszerében, és jogalapot jelenthetnek-e a fogyasztók vagyoni vagy nem vagyoni kárainak megtérítéséhez.

A hiper-lebilincselő sötét mintázat¹ egy addiktív kialakítású digitális interfész: a big data és egy vagy több viselkedési jellemző elemzése segítségével több időt töltenek a felhasználók a szolgáltatással való interakcióval. A túlzottan lebilincselő sötét mintázatok az ún. hypernudge formái, és rendkívül elterjedtek az interneten, különösen a tartalmegosztó platformokon. Lényegük, hogy kiaknázzák a dopamin ciklust, csökkentik a felhasználók autonómiáját, amelynek következtében további (elsősorban mentális) egészségkárosító hatásokkal járhatnak.

Jelen tanulmányban az ASM-eket a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatokról szóló irányelv szerint (i) meg nem engedett befolyásolásként, vagy (ii) az 5. cikk szerinti általános teszt alapján jogellenes magatartásként veszem figyelembe.

EN

Private redress for consumer damages resulting from infringements of EU competition law has been at the forefront of debate in recent years. A recent important issue in the debate has been whether a mix of public and private enforcement efforts can improve the effectiveness of consumer redress.

¹ F Esposito and T Maciel Cathoud Ferreira, “Addictive Design as an Unfair Commercial Practice: The Case of Hyper-Engaging Dark Patterns”. European Journal of Risk Regulation. <https://doi.org/10.1017/err.2024.8>

In Hungary, consumer redress for infringements of unfair commercial practices is promoted by the Hungarian Competition Authority, which has achieved significant results for the direct benefit of consumers in this regard.

Nonetheless, this paper considers whether addictive (hyper-engaging) dark patterns (ADP) can be considered unlawful under Hungarian Civil Law and whether they can provide a legal basis for consumers to recover material or non-material harm.

A hyper-engaging dark pattern is an addictively designed digital interface: using big data and the analysis of one or more behavioral characteristics, users spend more time interacting with the service. Hyper-engaging dark patterns are a form of so-called hypernudge and are extremely widespread on the internet, especially on content-sharing platforms. Their essence is to exploit the dopamine cycle, reduce users' autonomy, which can lead to further (primarily mental) health-damaging effects. In this study, I consider ASMs as (i) undue influence under the Unfair Commercial Practices Directive, or (ii) unlawful conduct under the general test of Article 5.

I. Problémafelvetés

A digitális technika fejlődésének, elterjedésének gyors üteme és az e-kereskedelem térnyerése jelentős változásokat hozott a vállalkozások és a fogyasztók interakciójában. Egy olyan közvetítő közeget alakított ki, ami merőben új értelmezési keretet ad a vállalkozás és a fogyasztó viszonyának.² A végtelen görgetés, a push értesítések, a tetszésnyilvánítások és a történetek a digitális platformok, különösen a tartalmegosztók közös jellemzői ebben a közegben.

Kérdésként merül fel, hogy vajon miért ilyen gyakori az alkalmazásuk? A válasz rendkívül egyszerű: azért, mert a vállalkozások ezem mintázatok alkalmazásával tudják lekötni a felhasználókat, és rávenni őket arra, hogy minél több időt töltsenek el a platformjaikon. De vajon jogszerű ez?

Az információs aszimmetria szemszögéből tekintve, a kínálati oldalon álló vállalkozások már nem csupán az értékesíteni kívánt áruk, hanem a döntéshozatali környezet ismeretének tekintetében is információs előnyt élveznek a fogyasztókkal szemben. A vállalkozás birtokába kerülő adatok révén nagyfokúan megismerhetővé és nyomon követhetővé vált a fogyasztói magatartás.³

A sötét mintázatokra építő kereskedelmi gyakorlatok jogszerűségének vizsgálatának alapja, hogy a tudományos konszenszus alapján döntéseink több mint 95%-át a tudatalattink hozza meg⁴, és így annak befolyásolása révén a vállalkozások könnyen tisztességtelen eredményeket érhetnek el.⁵

A tanulmánynak elsősorban a célja, hogy felhívja a figyelmet, és ösztönözze a köz- és a magánszféra jogérvényesítését az olyan összetett sötét mintázatok ellen, amelyek nehezen észrevehetőek, és amelyeket – más szerzők fogalom meghatározására tekintettel - addiktív sötét mintázatoknak (a továbbiakban: „ASM”) nevezek.

Jelen tanulmány céljából, összhangban a vonatkozó szakirodalmi állásponttal⁶, elfogadottnak veszem, hogy az ASM-ek az Európai Unió (a továbbiakban: „EU”) joga szerint - további jogalkotástól függetlenül – már jelenleg is jogellenesek, ugyanis azok a UCPD keretrendszerében agresszív kereskedelmi gyakorlatként értelmezhetők, mivel „nem megengedett befolyást” gyakorolnak az (átlagos) fogyasztókra, akik így

² Perge László: Milyen módon alakíthatja a digitális világ a fogyasztói ügyleti döntési folyamatot? („Versenyjog Magyarországon és az EU-ban” tanulmány 3.o)

³ ibid 4.o.

⁴ Gerald Zaltman: "How Customers Think: Essential Insights into the Mind of the Market" (<https://www.inc.com/logan-chierotti/harvard-professor-says-95-of-purchasing-decisions-are-subconscious.html>)

⁵ Kérdésként merül fel természetesen másfelől, hogy a marketing és a reklámszakma bevett gyakorlatai nem mindig is a tudatalatti (vagy „tudatfeletti”) befolyásolásáról szólnak, és vajon hol húzható meg az a vörös vonal, amely átlépése esetén egy kereskedelmi gyakorlat a UCPD keretrendszerében tisztességtelenként értékelhető? (Vö. jelen dolgozat 3. fejezet)

⁶ F Esposito and T Maciel Cathoud Ferreira, "Addictive Design as an Unfair Commercial Practice: The Case of Hyper-Engaging Dark Patterns". European Journal of Risk Regulation. <https://doi.org/10.1017/err.2024.8>

több időt töltenek a szolgáltatások igénybevételével, mint tennék azt a befolyásolás hiányában.⁷

A tanulmány célja nem az addiktív sötét mintázatok jogszerűségének fogyasztóvédelmi szempontból vett vizsgálata és megítélése, hanem azon kérdés vizsgálata, hogy jogosultak-e kártérítésre vagy sérelemdíjra a fogyasztók a sötét mintázatokat alkalmazó vállalkozások ellen.

⁷ Esposito emellett úgy érvel, hogy az ASM-ek másodlagosan a UCPD 5. cikkének (2) bekezdése szerinti általános teszt alapján is tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatnak minősülhetnek (Ld. F Esposito and T Maciel Cathoud Ferreira, "Addictive Design as an Unfair Commercial Practice: The Case of Hyper-Engaging Dark Patterns". European Journal of Risk Regulation. <https://doi.org/10.1017/err.2024.8>)

II. A sötét mintázatok

A. Fogalma

Az úgynevezett „sötét mintázatú” módszerek (dark pattern) az online platformok interfészein megjelenő olyan gyakorlatok, amelyek akár szándékosan, akár ténylegesen jelentősen torzítják vagy korlátozzák a szolgáltatás igénybevevőinek azon képességét, hogy önálló és megalapozott döntéseket hozzanak. A fogyasztókat az online térben manipuláló dark pattern gyakorlatok eszköztára kimeríthetetlen, amelynek számos formája jelenik meg. Célja elősorban, hogy webdesign elemekkel a felhasználót a vállalkozás számára kedvező fogyasztói útra terelje.⁸

Az ASM-eket olyan szokást formáló nudge-ként határozzák meg a szakirodalomban, amelyek arra készíteti a felhasználókat, hogy több időt és gyakrabban töltsenek a szolgáltatással való interakcióval.⁹ Ilyen összetett minták sok online platform működése tekintetében azonosíthatóak, különösen jellemzőek a tartalommegosztó platformokon (*social media*).

Az ASM-ek közös jellemzője, hogy könnyen megszerzik és megtartják a felhasználók figyelmét. Pontosabban, az ASM-ek olyan gyakorlatok, amelyek kimerítik a felhasználók figyelmi erőforrásait (*attentional capacity*), megerősítik az egyén viselkedését, és a felhasználói interfészen keresztül manipulálják az egyéneket abból a célból, hogy a szolgáltatás állandó használatának szokását kialakítsák. Ezek a megoldások, többek között, az ún. adaptív algoritmusok¹⁰ használatának és az interfész adatvezérelt kialakításának köszönhetően rendkívül hatékonyak a figyelem megszerzésében és megtartásában. Ilyen adaptív megoldásnak minősül tipikusan a végtelen görgetés lehetősége, az automatikus lejátszás, az ún. push értesítések, az előugró ablakok, a kedvelések és a hangulatjelek, a tartalmak megjelenítéseinek száma, a rövid idő után eltűnő történetek (*story*) és a felhasználók figyelmének megragadásának és megtartásának más kifinomult módjai.

Az ASM-ekben a megvalósításbani változatosság ellenére az a közös, hogy kimerítik a felhasználók figyelmi erőforrásait. Az emberek figyelmi erőforrásai végesek, az ASM-ek pedig éppen ezt használják ki azzal, hogy folyamatosan megragadják a felhasználók

⁸ Néhány példa a legjellemzőbb formáira: alapbeállításokkal torzítás, csepegtető árazás, hamis, megtévesztő nyelvezetű információk, manipulált fogyasztói értékelések, elhallgatások, információk vizuális elrejtése, sürgetéssel vagy szűkösségi hatással való befolyásolás, kimaradástól való félelem (fear-of-missing-out, azaz FOMO-érzés) keltése, lemondás megnehezítése. (GVH sajtóközlemény: „Árgus szemekkel figyel a GVH a webshopok árfeltüntetési gyakorlatát, eljárás alatt a Notino” a VJ/39/2024. számú versenyfelügyeleti eljárásban)

⁹ Esposito, F. (2018). Conceptual foundations for a European consumer law and behavioural sciences scholarship. In H.-W. Micklitz, A.-L. Sibony, & F. Esposito (Eds.), *Research methods in consumer law: A handbook* (pp. 38–76). Edward Elgar Publishing.

¹⁰ „Az adaptív algoritmus olyan algoritmus, amely lefutása során a rendelkezésre álló információk és a priori meghatározott jutalmazási mechanizmus (vagy kritérium) alapján változtatja meg viselkedését. Ilyen információ lehet a közelmúltban kapott adatok története, a rendelkezésre álló számítási erőforrásokra vonatkozó információ, vagy egyéb, a működési környezettel kapcsolatos, a lefutási időben szerzett információ.” Anthony Zaknich (25 April 2005). *Principles of Adaptive Filters and Self-learning Systems*. Springer Science & Business Media. ISBN 978-1-85233-984-5.

tudatos figyelmét olyan tervezési stratégiákkal, mint amilyenek az állandó értesítések és a felugró ablakok. A figyelmi erőforrások kimerítésével a ASM-ek veszélyeztetik a felhasználók azon képességét, hogy racionális döntéseket hozzanak, ehelyett arra készíteti a felhasználókat, hogy automatikusan (tudat alatt) cselekedjenek.¹¹

Ha alaposan megvizsgáljuk a kérdést, a sötét mintázatok, és különösen az addiktív sötét mintázatok – bár a fogyasztóvédelem területén kerültek először azonosításra, azonban – elterjedésének közegészségügyi kockázatai hátrányosabbak is lehetnek a társadalom egészére nézve mint a szigorúan vett fogyasztóvédelmi vetületei. Jelen dolgozat vizsgálati kereteibe beletartozik a szubsztanciákon és más behatásokon alapuló függőségek (mint amilyen például a szerencsejáték) kialakításáért való felelősség is.

Összefoglalva, az ASM-ek sértik a felhasználók autonómiáját, és valószínűleg jelentősen csorbítják az átlagos fogyasztó választási és magatartási szabadságát az online platform használatának (i) gyakoriságára és (ii) időtartamára vonatkozó döntésben. Mindezekre tekintettel pedig alaposan érvelhető, hogy az ASM-eket úgy kell tekinteni, mint a nem megengedett befolyás gyakorlásának módját az UCPD 8. és 9. cikkében meghatározott követelmények integrálásakor, és ezért ezeket a UCPD rendelkezései alapján meg kell tiltani.

B. A tanulmány célkitűzései

A digitális szolgáltatások és online platformok egyre gyakrabban alkalmaznak tehát olyan ASM-eket amelyek elsődleges célja a fogyasztók manipulálása, például abból a célból, hogy önkéntelenül járuljanak hozzá bizonyos tranzakciókhoz, adatmegosztáshoz, vagy aktiváljanak előfizetéseket. Ezek az interakciós tervezési elemek gyakran megtévesztők, és felvetik a kérdést, hogy a fogyasztókat éri-e vagyoni kár (azaz pénzben kifejezhető pénzügyi veszteség) vagy például az adatvédelmi jogaik vagy más személyiségi joguk sérülése révén nem vagyoni kár. A kérdéskör – álláspontom szerint - három fő dimenzióban vizsgálható.

Először, a fogyasztókat mint egyént megillető kártérítésre vagy sérelemdíjra való jogosultság kérdésköre merül fel. A kérdés ebben a körben, hogy amennyiben bebizonyosodik, hogy egy fogyasztó valamilyen (nem feltétlen pénzügyi) hátrányt szenvedett sötét mintázatok miatt, úgy milyen jogalapok léteznek kárának vagy személyiségi joga sérelmének megtérítésére a magyar polgári jog rendszerében, azaz megállaptható-e a jogsértő vállalkozás kártérítési felelőssége?

¹¹ P Atchley, SM Lane and K Mennie, "A General Framework for Understanding the Impact of Information Technology on Human Experience" in SM Lane and P Atchley (eds), Human Capacity in the Attention Economy

(Washington, DC, American Psychological Association 2021); Center for Humane Technology, "How Social Media Hacks Our Brains" <https://www.humanetech.com/insights/how-social-media-hacks-our-brain>

Másodszor, kérdés, hogy lehet-e egyáltalán az addiktív sötét mintázat alkalmazásának eredményeként beállt fogyasztói jogsérelem - függetlenül annak az Fttv. rendszerében való minősítésétől¹² - eredménye vagyoni vagy nem vagyoni kár?

Harmadszor, a kapcsolódó kérdés vizsgálata merül fel, mint amilyen a károsulti közrehatás, a bagatell kár, valamint az előreláthatóság követelményének kérdésköre.

A fenti kérdések vizsgálata és megválaszolása kulcsfontosságúak ahhoz, hogy megállapításokat tehesünk a sötét mintázatok eredményeként jogaikban sérült fogyasztók kárainak közvetlen megtérítésének kérdése, és így a fogyasztóvédelem hatékonysága és a digitális gazdaság etikus működésének biztosítása tekintetében.

¹² Azaz, hogy megtévesztő vagy agresszív kereskedelmi gyakorlatként szükséges értékelni (vagy esetleg

III. Egyéni jogérvényesítés

A. ASM és egyéni kompenzáció

Az addiktív sötét mintázatok alkalmazása következtében érvényesíthető egyéni igények tekintetében adódik a kérdés, hogy az ilyen gyakorlatok a magyar polgári jog rendszerében kárként vagy inkább személyiségi jogsértésként minősíthetők-e (esetleg egyikként sem). A kérdés jelentősége abban áll, hogy kár vagy személyiségi jogi sérelem (nem vagyoni kár) hiányában nem beszélhetünk egyéni jogérvényesítésről, hiszen nincsen olyan alapul fekvő anyagi jogi rendelkezés, amelyre a fogyasztó az igényét alapozhatná. A két kategória külön vizsgálatot igényel továbbá, mivel eltérő jogkövetkezmények kapcsolód(hat)nak hozzájuk.

A Polgári Törvénykönyvről szóló 2012. évi V. törvény (a továbbiakban: Ptk.) szerint kárnak minősül a vagyonban bekövetkező értékcsökkenés vagy elmaradt vagyoni előny, amely közvetlen okozati összefüggésben áll a károkozó magatartással. Ha egy adott sötét mintázat miatt a fogyasztó például egy általa nem kívánt előfizetésért fizetett, és így akaratán kívül tranzakciót hajtott végre, vagy bármilyen más módon (potenciálisan) anyagi hátrányt szenvedett, úgy az ilyen cselekményekből fakadó veszteségek – álláspontom szerint - kárként értékelhetők. és ilyen esetekben a károkozó (pl. az online platform üzemeltetője) felelőssé tehető a kártérítés általános szabályai szerint.¹³

Ezzel szemben, a sötét mintázatok másik dimenziója a fogyasztók személyiségi jogainak megsértése lehet, különösen, ha megtévesztő módszerekkel befolyásolják a döntéshozatali szabadságukat, tisztességtelen módon szereznek beleegyezést személyes adataik kezeléséhez, vagy a tájékoztatási kötelezettség elmulasztása révén aláássák a fogyasztók önrendelkezési jogát.¹⁴

B. A kár fogalma a magyar polgári jog rendszerében

A kár legáltalánosabb értelemben minden olyan hátrány, amely valakit valamely károsító tevékenység folytán személyében vagy vagyonában ér.¹⁵ Ennek megfelelően vagyoni és nem vagyoni kárt különböztetünk meg. A vagyoni kár három fő csoportba sorolható: ténylegesen felmerült kár; indokolt költség; elmaradt jövedelem.

A Ptk. 6:522. § [A kártérítési kötelezettség terjedelme] értelmében kártérítés címén a károkozó körülmény folytán a károsult vagyonában beállott értékcsökkenést és az elmaradt vagyoni előnyt, továbbá a károsultat ért vagyoni (és nem vagyoni) hátrányok kiküszöböléséhez szükséges költségeket köteles megtéríteni.

¹³ Ilyen esetekben különösen fontos az okozati összefüggés bizonyítása: például igazolni kell, hogy a sötét mintázat közvetlenül vezetett a nem kívánt gazdasági döntéshez., és az annak eredményeként kialakult károkhoz is.

¹⁴ Böröcz István: A személyes adatok védelmének bírósági gyakorlata Magyarországon (JURA, 2014/2., 176-184. o.)

¹⁵

Ténylegesen felmerült kárként (*damnum emergens*) a károsult vagyonában beálló értékcsökkenés minősül; amely egyenlő azzal az értékkel, amelytől a károsult valamely dolga elpusztulása, megsérülése folytán elesik. Indokolt költségként az a költség minősül, amely a vagyoni és a nem vagyoni hátrány csökkentéséhez vagy kiküszöböléséhez szükséges; ezeket a kiadásokat nem közvetlenül a károkozó magatartás váltja ki, utóbb kapcsolódnak a károkozáshoz.

Tipikus költség dologi kárnál a helyreállítás költségei, az élet, testi épségben esett kárnál: ápolás, temetés költségei, személyhez fűződő jogok megsértéséből eredő kárnál sérelemdíj, bitorlásnál pedig a megsemmisítés költségei. Elmaradt jövedelem (*lucrum cessans*) körében azon értéket szükséges értékelni, amellyel a károsult vagyona növekedett volna, ha a károkozás nem következik be.

A tanulmány céljából most csak azt az esetkört vizsgálom, amikor rendelkezésre áll (vagy állna) egy jogerős hatósági (bizonyos esetekben bírósági határozattal megerősített) határozat, amely megállapítja a cselekmény a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló 2008. évi XLVII. törvény (a továbbiakban: Fttv.) szerinti jogsértésként minősülését. Ebben az esetben tehát – főszabály szerint – nem szükséges külön vizsgálni a cselekmény jogellenességét, az *ab ovo* következik a jogsértést kimondó határozatból.

Könnyen belátható, hogy a fenti kárelemek nehezen értelmezhetőek egy ASM alkalmazása kapcsán, függetlenül attól, hogy azok egy szerződéses kötelezettséggel kapcsolatban, vagy attól teljesen függetlenül kerültek alkalmazásra (fontos hangsúlyozni, hogy önmagában az a körülmény, hogy egy sötét mintázat alkalmazására egy szerződéses kötelezettség kapcsán kerül sor, nem indukálja önmagában kontraktuális felelősségi rendszer alkalmazását¹⁶).

C. Felmerül-e a szerződésen kívüli (deliktív) felelősség az addiktív sötét mintázatok kapcsán?

Kérdés ezért mindenekelőtt, hogy felmerül-e egyáltalán vagyoni kár és így deliktív felelősség egy adott ASM alkalmazása kapcsán.

Objektív felelősség esetén nem kerül sor a körülmények mérlegelésére, hanem valamely tény közvetlenül idézi elő a kártalanítás kötelezettségét. Szubjektív felelősség esetében (mint amilyen a deliktív kárfelelősség), ezzel szemben, a kár megtérítéséhez a kártérítés mind a négy alapfeltételének teljesülnie kell. Bizonyítani kell a kár bekövetkeztét, a magatartás jogellenességét, a károkozó magatartásának felróhatóságát, valamint a magatartás és a kár közötti ok-okozati összefüggést. Ezek a sötét mintázatok vonatkozásában is az eset összes körülményét szükséges vizsgálni, amely az alábbiak szerint összegezhető.

¹⁶ Fontos, hogy amennyiben nem a szerződési kötelezettség sérelméből fakad a kár, abban az esetben – a felek között fennálló szerződéstől függetlenül – szerződésen kívüli kártérítési alakzatról beszélünk.

Könnyen belátható, hogy a fenti négy feltétel közül szinte bizonyosan teljesül a károkozó magatartásának felróhatósága (függetlenül attól, hogy egyébként ennek vizsgálata nem tartozik a fogyasztóvédelmi hatóságok feladatkörébe), nehezen vitatható a magatartás jogellenessége is (azt egyfelől a konkrét jogszabályi rendelkezések megsértése, másfelől a jogellenességet kimondó hatósági határozat is igazolja¹⁷), kérdéses azonban egyfelől a kár bekövetkezte, valamint a magatartás és a kár közötti ok-okozati összefüggés.

Álláspontom szerint az is könnyen belátható, hogy nem beszélhetünk vagyoni kárról azokban az esetekben, amikor nem valósul meg a vagyonban értékelődés (ennek egyszerű mércéje lehet az, ha a fogyasztóvédelmi hatóság által sem kerül megállapításra, hogy a gyakorlat a fogyasztó számára vagyoni hátrányt eredményezett).

Az okozati összefüggés kapcsán az alábbiakat szükséges vizsgálni és igazolni.

A Ptk. 6:521. §-át [Előreláthatóság] tartalommal kitöltő bírói gyakorlat szerint az okozati összefüggés vizsgálatakor először abban a kérdésben kell állást foglalni, hogy a károsodáshoz vezető okfolyamatban a jogellenes és felróható magatartás milyen szerepet játszik. Az oksági láncolatban az a meghatározó ok, amely az események rendszerinti lefolyása mellett – az általános élettapasztalat szerint – alkalmas az eredmény létrehozására. Az oksági láncban figyelembe veendő szakasz tartalmát döntően befolyásolja, hogy a károsodásra vezető eseménysor elindítója látta-e, illetve láthatta-e a bekövetkező eredményt.¹⁸

A szerződésen kívüli (deliktualis) kártérítési felelősség általános szabálya (Ptk. 6:519. §) első mondata értelmében a kár és a jogellenes magatartás közötti okozati összefüggés a felelősség megállapíthatóságának egyik konjunktív feltétele. Amint arra a Kúria rámutat, kártérítés iránti perben a káresemény minősül ténynek, az okozati összefüggés fennállásának vagy hiányának a megítélése viszont nem ténykérdés, hanem tényekből levont jogi következtetés, így anyagi jogi jogkérdés.¹⁹

Az okozati összefüggés vizsgálata sorrendben az alábbi három fázisból áll. Az első az ok/okok azonosítása, azaz annak megállapítása, hogy mely előzmény/előzmények tekinthetők a kárra vezető oknak (ténybeli okozatosság vizsgálata). A második fázis az ún. okszűrés, azaz annak vizsgálata, hogy az azonosított okok közül melyek játszanak szerepet a jogi felelősség megállapítása szempontjából. A harmadik fázisban kell megítélni az azonosított és számba jövő okok egymáshoz való viszonyát.²⁰

A Ptk. 6:521. §-ában a jogalkotó kifejezetten nevesített egy okszűrő szempontot annak rögzítésével, miszerint nem állapítható meg az okozati összefüggés azzal a kárral kapcsolatban, amelyet a károkozó nem látott előre és nem is kellett előre látnia. Az

¹⁷ Feltéve, hogy elfogadjuk azt a premisszát, hogy az Fttv-be ütköző cselekmények egyúttal a Ptk. kártérítési rendszere szerint is jogellenes gyakorlatoknak minősülnek.

¹⁸ Kúria Pfv.I.21.045/2023/8. [45.] bek.

¹⁹ Kúria Pfv.I.20.807/2023/5. [51.] bek.

²⁰ ibid [46] bek.

előreláthatóság tehát az okozati összefüggés vizsgálatának második fázisába tartozó, az okozati összefüggésen belüli okszerű szempont. Az anyagi jog szempontjából az előreláthatóság kérdése csak akkor merülhet fel, ha van ténybeli és jogi okozatosság, funkciója tehát nem ezek fennálltának meghatározása, hanem segítség annak eldöntésében, hogy az adott károkozó magatartás mely kárkövetkezményeit kell a károkozónak megtérítenie. Az előreláthatóság tehát nem azonos az okozatossággal.²¹

Az okozatosság és előreláthatóság ASM tekintetében való vizsgálata tehát arra terjed ki, hogy a károsodásra vezető eseménysor elindítója látta-e, illetve láthatta-e a bekövetkező eredményt, azaz a konkrét esetben az Fttv. szerinti üzleti döntés meghozatalát, a szerződés megkötését, valamint a gyakorlatok körében potenciálisan elszenvedhető más nem vagyoni jellegű joghátrányokat. E tekintetben nem azonosítható kialakult bírósági gyakorlat, álláspontom szerint ugyanakkor a jogsértő vállalkozások előre látják ezen cselekményeik (mint például a *scarcity* és *peer pressure*, *infinite scrolling* eszközeinek alkalmazása) következményeit, amelyet számos esetben napvilágra került üzleti döntést megalapozó döntések is igazolnak, így alaposan érvelhető, hogy felmerül a vállalkozások szerződésen kívüli kártérítési felelőssége. A kérdés inkább az igazolható károk jellege és mértéke, amelynek részletes elemzése nem tárgya jelen tanulmánynak.

D. értékelhető-e személyiségi jogsértésként a sötét mintázat?

A felelősség megállapítása mellett kérdés, hogy értékelhető személyiségi jogsértésként a sötét mintázat megvalósulása és nem vagyoni kárként az elszenvedett joghátrány. A bíróságok a sérelemdíjigényeket is annak alapján ítélik meg, hogy megvalósulnak-e a kárfelelősség általános, konjunktív feltételei, a kár (hátrány), a jogellenesség, az okozati összefüggés és a kimentés hiánya, illetve az igényérvényesítés eljárási jellegű feltételei (felperesi és alperesi auktorátus, elévülés kizártsága stb.). A bíróság az igény elutasítását minden esetben e feltételek valamelyikének nem teljesülésére alapozza.²²

A Ptk. 2:42. § [A személyiségi jogok általános védelme] (1) bekezdése értelmében mindenkinek joga van ahhoz, hogy törvény és mások jogainak korlátai között személyiségét, így különösen a magán- és családi élet, az otthon, a másokkal való – bármilyen módon, illetve eszközzel történő – kapcsolattartás és a jóhírnév tiszteletben tartásához való jogát szabadon érvényesíthesse, és hogy abban őt senki ne gátolja.

A (3) bekezdés emellett kimondja, hogy „nem sért személyiségi jogot az a magatartás, amelyhez az érintett hozzájárult”. A sérelemdíj elégtételi, kompenzációs és magánjogi büntetés funkciót is betölt. Annak alkalmazásakor meg kell őrizni a polgári jogi szankciós rendszer keretein belül a sérelemdíj funkciójának az egyensúlyát. A sérelemdíj egyik feladata ugyanis az okozott hátrány kompenzációjaként a jogsértő és

²¹ *ibid.* [47] bek.

²² Bárdos Péter: Elutasított sérelemdíj igények II. – Az élet, testi épség, egészség sérelme.

a személyiségi jogában sértett személy relációjában kifejezett anyagi kárpótlás, másrésztől a magánjogi büntetés a hasonló jogsértések megelőzése érdekében.²³

A személyiségi jog megsértése esetén a fogyasztó (személyiségi jogában sértett) a felróhatóságtól független szankciók alkalmazását (elsősorban a jogsértés abbahagyását és a jogsértő eltiltását a további jogsértéstől), sérelemdíjat, valamint – a károk igazolása esetén – kártérítést követelhet, amely nemcsak az anyagi, hanem az érzelmi és erkölcsi hátrányok kompenzálására is szolgál. Ez különösen akkor lehet releváns, ha az érintett személyt döntési szabadságában korlátozták²⁴ vagy például adatvédelmi jogai sérültek.

A sötét mintázatok eseteiben a magyar polgári jog rendszerében mind a kár, mind a személyiségi jogsértés alkalmazásának lehetősége felmerülhet, attól függően, hogy a konkrét esetben milyen hátrány keletkezett. Ha anyagi veszteségről van szó, akkor kárként kezelhető. Ha a döntéshozatali szabadság, tájékoztatáshoz való jog, vagy adatvédelem sérül, akkor inkább személyiségi jogsértésként értékelhető. A jogorvoslat lehetősége tehát az adott eset körülményeiből és az érintett jogsérelem természetéből függ.

E helyen fontos kitérni a jogági jogellenesség doktrínájára, amely a magyar kártérítési jog egyik legfontosabb doktrínája. Eszerint az, hogy egy jogszabály (vagy az annak alapján kiadott engedély) felhatalmaz valakit valamilyen tevékenység folytatására, még nem jelenti azt, hogy az azon jogos tevékenység révén okozott károk alól mentesülne.²⁵ Röviden: az ilyen engedélyek károkozásra nem jogosítanak, csak károkozás nélküli magatartásra. Álláspontom szerint a jogági jogellenesség doktrínájából levezethető, *a contrario*, a magyar jogrendszerben valójában nem jelent garanciát a vállalkozás számára az a tény, hogy együttműködött a hatóságokkal, és kártalanítást biztosított a fogyasztói számára, az ugyanis nem biztosít anyagi jogerőhatást (res iudicata) a polgári bíróságok előtt és nem jelent garanciát a vállalkozások számára a tekintetben, hogy a fogyasztók később nem fognak egyénileg igényt érvényesíteni.²⁶

A személyiségi jogsértés megítélésének kérdése tekintetében számos nyitott kérdés merül fel azonban, amelyeket – a teljesség igénye nélkül - a tanulmány következő fejezetében mutatok be.

²³ Pfv.IV.20.464/2018/8.

²⁴ Kérdésként merül fel, hogy-e a bírósági gyakorlat személyiségi jog sérelemként értékeli-e a döntési szabadság korlátozását. A Kúria álláspontja szerint „sok esetben ugyanakkor a felperesek személyiségi jognak nem minősülő sérelem miatt igényeltek személyiségi jogvédelmet (pl. az „iratkiadáshoz fűződő jog”, a tisztességes eljáráshoz való jog, a tanulás szabadságához való jog, a tulajdonhoz való jog, ingatlan birtokba vételének megkísérlése, háziállat bántalmazása, magánterületen lévő fa gondozásának elmulasztása), amely emiatt nem vezetett eredményre”. [„A sérelemdíj alkalmazásának gyakorlata” tárgykörére felállított joggyakorlat-elemző csoport összegző megállapításai” [6] bek.]

²⁵ Szalai Ákos: A kár fogalma a polgári jogban és a joggazdaságtani irodalomban (IAS, 2018/2., 195-261. o.)

²⁶ Szalai Ákos: Kollektív keresetek joggazdaságtana (Pázmány Law Working Papers, 2013/12)

IV. Kapcsolódó kérdések

A. Károsulti közrehatás kérdése

A Ptk. 6:525. § [Károsulti közrehatás] (1) bekezdése értelmében a károsultat kármegelőzési, kárelhárítási és kárenyhítési kötelezettség terheli. Az e kötelezettségek felróható megszegése miatt keletkezett kárt a károkozó nem köteles megtéríteni. Felmerülhet a kérdés, hogy a kármegosztás szabályai alkalmazandóak-e az addiktív sötét mintázatok megállapítására alapított kártérítés és/vagy sérelemdíj megállapítása esetén is. Nehezen vitatható ugyanis, hogy a fogyasztó is közrejátszik valamilyen szinten a jogsértés megvalósításában azzal, hogy használja a szolgáltatást, akár az egyébként nyilvánvaló és széles körben ismert kockázatok ellenére.

Álláspontom szerint azon esetekben, amikor kártérítési igényt megalapozhat egy ASM alkalmazása, az egyúttal azt is jelenti, hogy a jogsértés olyan manipulációt valósított meg, amely vonatkozásában – az ASM definíciónál fogva - nem beszélhetünk felróható károsulti közrehatásról, a károsult ugyanis eleve nem volt nem volt abban a helyzetben, hogy kellő körültekintést tudjon tanúsítani.²⁷

Lényeges továbbá, hogy a bírósági gyakorlat kimondja, hogy a sérelemdíj megállapítása során kármegosztásnak eleve nincs helye. A sérelemdíj pénzben kifejezett összeg jellegére figyelemmel kárpótlás, elégtétel az elszenvedett nemvagyoni hátrányért. Mivel nincs összegszerűen kifejezhető nemvagyoni sérelem, annak egy részét sem lehet áthárítani a sértettre.²⁸

B. ASM mint bagatell kár?²⁹

Szintén felmerülhet kérdésként, hogy ha károsulti közrehatás megállapítására nincs is lehetőség, ugyanakkor egyáltalán megállapítható-e sérelemdíjat megalapozó joghátrány. Abban az esetben ugyanis, ha a sérelem nem olyan mértékű, amely preventív kompenzációt és ezzel együtt a magatartás magánjogi büntetését igényelné.

Az ilyen jogsértések esetén a fogyasztók helyzete – álláspontom szerint – analóg módon értékelese az adatvédelmi szabályok megsértésre alapított sérelemdíj iránti igényekhez, amelyek esetében a bíróság nem szokott sérelemdíjat megítélni.

Egy konkrét ügyben a felperest direkt-marketing célból hívta fel alperes. Felperes az alperes további hívásai ellen tiltakozott, és még a hívás napján emailben tájékoztatást kért személyes adatainak kezeléséről, valamint arról, hogy az alperes milyen módon és mely adatkezelőtől vette át személyes adatait. Alperes tájékoztatta, hogy

²⁷ E körben ld. például Pribula László: A károsulti közrehatás (JK, 2010/5., 251-260. o.), aki a kellő körültekintés elmaradását mint károsulti közrehatást megalapozó körülményre vonatkozó bírósági gyakorlatot mutatja be a büntetőjogi csalások megvalósulása esetén esetén.

²⁸ Mfv.X.10.064/2020/4.

²⁹ Kúriai állásfoglalás: Hozható-e olyan ítélet, amely a személyiségi jog megsértése esetén azon az alapon utasítja el a sérelemdíj iránti keresetet, hogy a sérelmet szenvedett felet nem érte hátrány? [Ptk. 2:52.§]

jogszerűen szerezte és kezeli felperes személyes adatait. Ezután néhány nappal később újra felhívták felperest, aki ismét tiltakozott személyes adatai kezelése ellen és kérte adatai törlését, amelyet alperes állítása szerint meg is tett, de további két alkalommal felhívta felperest kereskedelmi céllal.³⁰

a felperes keresetében kérte, hogy a bíróság állapítsa meg az alperes jogsértő adatkezelésének tényét, és kötelezze az alperest 400 000 forint nem vagyoni kártérítés megfizetésére. A bíróság ítéletében megállapította, hogy az az akkor hatályos adatvédelmi szabályok (Avtv.) alapján alperes jogszerűtlen adatkezelést folytatott és a megállapította a jogsértést, de hozzátette, hogy a telefonhívások az alkalmankénti esetleges bosszúságon, kellemetlenségen kívül nem okoztak a felperesnek olyan személyi hátrányt, ami a felperes életminőségét számára kedvezőtlenül változtatta meg, és aminek a kiküszöböléséhez nem vagyoni kártérítésre lenne szükség. A bíróság a konkrét esetben tehát úgy ítélte meg, hogy nem vagyoni kár hiányában a kártérítés jogalapja nem állt fenn, ezért a bíróság a felperes nem vagyoni kártérítés iránti keresetét elutasította.

C.A közösséghez tartozás miatti igényérvényesítés kérdésköre

Szintén felmerülhet, hogy fogyasztóvédelmi jellegű jogsértést megalapozó ASM alkalmazása esetén a személyiségi jogsértéseket a személyeket a közösséghez tartozások miatt érő jogsértésekhez lehet analóg módon hasonlítani.

A Ptk. 2:54. § [A személyiségi jogok érvényesítése] (5) bekezdése értelmében a közösség bármely tagja jogosult a személyisége lényeges vonásának minősülő, a magyar nemzethez, illetve valamely nemzeti, etnikai, faji vagy vallási közösséghez tartozásával összefüggésben a közösséget nagy nyilvánosság előtt súlyosan sértő vagy kifejezőmódjában indokolatlanul bántó jogsérelem esetén a jogsértés megtörténtétől számított harmincnapos jogvesztő határidőn belül személyiségi jogát érvényesíteni. A közösség bármely tagja a jogsértéssel elért vagyoni előny átengedésének kivételével a személyiségi jogok megsértésének valamennyi szankcióját érvényesítheti.

A Kúria Tanácsadó testülete álláspontja szerint a hivatkozott bekezdés utolsó mondata alapján a közösség tagja részére sérelemdíjat csak akkor indokolt megítélni, ha megállapítható, hogy a közösséget sértő magatartás következtében őt személyében érte olyan mértékű nemvagyoni sérelem, amely sérelemdíjjal kompenzálható, azaz meghaladja a bagatell kár mértékét. Így ez a kérdéskör végső soron a bagatell (nem vagyoni) károk kérdésének megítéléséhez vezet minket vissza.

³⁰ Böröcz István: A személyes adatok védelmének bírósági gyakorlata Magyarországon (JURA, 2014/2., 176-184. o.)

Következtetések

Jelen tanulmányban azt a kérdést vizsgáltam, hogy vajon jogosult lehet-e egy addiktív sötét mintázat „áldozatul esett” személy kártérítésre vagy sérelemdíjra a tisztességtelen kereskedelmi gyakorlatra tekintettel.

A kérdés megvizsgálásához mindenekelőtt bemutattam a sötét mintázatok fogalmi elemeit, és elhelyeztem azt a fogyasztóvédelmi típusú jogsértések rendszerében. Elfogadottnak tekintettem, hogy az addiktív sötét mintázatok alkalmazása (i) a UCPD és az Fttv. rendszerébe ütköző nem megengedett befolyásolás kategóriájába tartozik, és így agresszív kereskedelmi gyakorlatnak, de (ii) legalábbis felveti a szakmai gondosság követelményének megsértését.

Ezt követően megvizsgáltam, hogy a magyar polgári jog szabályai szerint megállapítható-e a vállalkozások kártérítési felelőssége tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat alkalmazása esetén. A kár elemzése kapcsán bemutatásra került, hogy az eset körülményeitől függően felmerül a vagyoni és nem vagyoni kár lehetősége is, valamint az előreláthatóság követelményére tekintettel a gyakorlatot alkalmazó vállalkozások polgári jogi értelemben vett kártérítési felelőssége.

Bemutattam ugyanakkor, hogy nehezen ítéltető meg a kár mértékének kérdésköre, valamint, hogy felmerül a károsulti közrehatás és a bagatell károk kérdésköre is, továbbá, hogy a sötét mintázatok károsultja analóg viszonyban áll a közösség tagja sérelmére elkövetett személyiségi jogsértésekkel. A tanulmányban emellett rövid kitekintést tettem a jogági jogellenesség doktrínájára.

A fentiek együttes vizsgálatát követően arra a következtetésre jutottam, hogy nem zárható ki egyértelműen az addiktív sötét mintázatok alkalmazó vállalkozások polgári jogi felelősségének megállapítása, ugyanakkor a károk mértéke esetről-esetre vizsgálendő, és a joghátrányok számos esetben olyan alacsony mértékűek, hogy nem alapoznának meg sérelemdíj iránti igényt.