

dTest: Jak rozpoznat manipulativní taktiky v mobilních hrách?

31.3.2025 - Lucie Korbeliusová | DTest

Co jsou herní dark patterns?

Takzvané herní dark patterns (v českém překladu *temné vzorce*) jsou záměrně navržené taktiky, které vás mají přimět k tomu, abyste ve hře zůstali co nejdéle, a nejlépe při tom utráceli peníze. „Zatímco vývojářům tyto taktiky vydělávají, spotřebitelé se kvůli nim mohou snadno nechat dotlačit k rozhodnutí, která by za běžných okolností možná vůbec neudělali. Ještě zranitelnější jsou pak děti, kterým často nedochází, že virtuální měna ve hře neznamena jen pár obrázků, ale že stojí skutečné peníze,“ upozorňuje ředitelka spotřebitelské organizace dTest Eduarda Hekšová. A tak se může stát, že z několika zdánlivě neškodných nákupů za pár korun naroste účet, který už tak zábavný nebude.

Jaké taktiky hry využívají?

Jedním z nejběžnějších příkladů dark patterns jsou tzv. *Daily Rewards*, kdy hráč dostává odměnu za každodenní přihlášení. To sice může vypadat nevinně, ale na hráče to vytváří tlak, aby hru zapínal denně, a trávil tak jejím hraním přirozeně více času. Podobně fungují i *Limited-Time Offers*, tedy časově omezené nabídky nebo slevy, které v hráči vyvolávají pocit naléhavosti, a často tak vedou k impulzivním nákupům.

Dalším častým trikem je *Progress Gate*, kdy je hráči záměrně zpomalen postup ve hře, pokud nezaplatí, nebo nesleduje reklamu. Někteří netrpěliví spotřebitelé tak raději zaplatí pár korun, než aby museli sledovat i několikaminutovou reklamu. Děti pak často utrácejí za různou virtuální měnu, která jim umožňuje nakupovat si do hry různé vybavení. Podobně funguje i model *Pay to Win*, kde si za peníze lze koupit výhody, které ostatním dávají výrazný náskok. Ti, kteří nezaplatí, pak mají mnohem menší šanci ve hře uspět nebo se posunout dál.

Nezletilí hráči

„Z pohledu práva má dítě jako spotřebitel omezenou způsobilost k právním jednáním. Znamená to, že samo může uzavírat pouze takové smlouvy, které jsou svou povahou přiměřené rozumové a volní vyspělosti nezletilých jeho věku, a zároveň pro něj nejsou zjevně nevýhodné. V praxi může jít například o drobné běžné nákupy. U on-line her a aplikací je však situace složitější,“ vysvětluje Hekšová. Herní platformy nebo mobilní obchody (jako App Store nebo Google Play) obvykle neověřují věk dítěte důsledně a umožňují mu uzavírat smlouvy o poskytování digitálního obsahu nebo předplatného pouhým kliknutím na tlačítko. Z právního hlediska by však u takových transakcí, zvláště pokud jde o opakované platby nebo vyšší částky, měl být vyžadován souhlas rodičů. Pokud dítě bez vědomí rodičů v rámci hry uzavře smlouvu nebo provede nákup, může být taková smlouva považována za neplatnou. Je však nutné vždy přihlídnout ke konkrétnímu případu a věku dítěte.

„V současné době je především na rodičích, aby sledovali, co jejich děti na internetu dělají a jaké aplikace nebo hry používají. K tomu mohou využívat různé nástroje rodičovské kontroly, které umožňují nastavit limity pro stahování aplikací, sledovat čas strávený u obrazovky nebo omezit přístup k nevhodnému obsahu,“ dodává Hekšová z dTestu. Otázkou ale zůstává, jestli by pohyb dětí v on-line prostředí neměl být přísněji regulován i na legislativní úrovni.

dTest, o.p.s. je největší českou spotřebitelskou organizací, která v ČR působí již od roku 1992. Je vydavatelem spotřebitelského časopisu dTest, na jehož stránkách jsou publikovány výsledky nezávislých a objektivních testů produktů, varování před nebezpečnými a zdravotně závadnými výrobky, informace o spotřebitelských právech a rady, jak tato práva účinně uplatňovat. dTest je součástí mezinárodní organizace International Consumer Research and Testing (ICRT) a evropské spotřebitelské organizace BEUC.

Poradenská linka časopisu dTest - 299 149 009 - je v provozu každý pracovní den od 9 do 17 hodin a spotřebitelé na ní mohou konzultovat s právními poradci časopisu dTest nejrůznější spotřebitelské problémy, a to za cenu běžného tarifu volání. Od spuštění v roce 2010 této možnosti využily již statisíce spotřebitelů a poradenská linka časopisu dTest se tak stala první a nejvyhledávanější cestou k řešení potíží, se kterými se zákazníci na trhu setkávají.

<https://www.dtest.cz/clanek-11487/dtest-jak-rozpoznat-manipulativni-taktiky-v-mobilnich-hrach>