डार्क पैटर्न

प्रलिमिस के लिये:

डार्क पैटर्न, **भ्रामक पैटर्न,** उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम, 2019

मेन्स के लिये:

डार्क पैटर्न, कंपनियों द्वारा डार्क पैटर्न का उपयोग, डार्क पैटर्न से उपयोगकर्ताओं को नुकसान

चर्चा में क्यों?

हाल ही में भारत सरकार के उपभोक्ता मामले, खाद्य और सार्वजनिक वितिरण मंत्रालय ने डार्क पैटर्न के मुद्दे को हल करने के लिये उपभोक्ता संरक्षण हेतु दिशा-निर्देश विकसित करने के लिये 17 सदस्यीय कार्यदल का गठन किया है।

- मंत्रालय ने डार्क पैटर्न पर जानकारी संकलित करने के लिये **राष्ट्रीय उपभोक्ता हेल्पलाइन** पर प्राप्त शिकायतों को वर्गीकृत करना शुरू कर दिया है, जिसका उपयोग **केंद्रीय उपभोक्ता संरक्षण प्राधिकरण** द्वारा **उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम, 2019** के तहत कार्रवाई शुरू करने के लिये किया जा सकता है।

डार्क पैटर्न:

- **परिचय:**
    - डार्क पैटर्न, जिसे भ्रामक पैटर्न के रूप में भी जाना जाता है, वेबसाइट्स और एप्स द्वारा उपयोगकर्ताओं को **उनकी इच्छा के विरुद्ध कार्य करने के लिये मनाने** या ऐसे कार्य जो व्यवसायों के लिये फायदेमंद नहीं हों, उन्हें हतोत्साहित करने हेतु उपयोग की जाने वाली रणनीति है।
    - इस शब्द का वर्ष 2010 में एक यूज़र एक्सपीरियंस (UX) डिज़ाइनर, हैरी ब्रिग्नुल द्वारा प्रथम बार प्रयोग किया गया था।
    - इस पैटर्न में अधिकतर **संज्ञानात्मक पूर्वाग्रहों का फायदा** उठाते हुए अनुचित तात्कालिकता, जबरन कार्रवाई, छिपी हुई लागत आदि जैसी रणनीति अपनाई जाती है।
    - यह स्पष्ट रूप से ध्यान देने योग्य युक्तियों से लेकर अधिक सूक्ष्म तरीकों तक किसी भी रूप में हो सकता है जिन्हें उपयोगकर्ता तुरंत पहचान नहीं सकते हैं।
- **डार्क पैटर्न के प्रकार: उपभोक्ता मामलों के मंत्रालय ने** ई-कॉमर्स कंपनियों द्वारा उपयोग किये जा रहे **नौ प्रकार के डार्क पैटर्न** की पहचान की है:
    - **झूठी तात्कालिकता:** उपभोक्ताओं में खरीदारी या कोई कार्रवाई को बाधित करने की तात्कालिकता या कमी की भावना पैदा करता है।
    - **बास्केट स्नीकिंग:** उपयोगकर्ता की सहमति के बिना शॉपिंग कार्ट में अतिरिक्त उत्पाद या सेवाएँ जोड़ने के लिये डार्क पैटर्न का उपयोग किया जाता है।
    - **उपभोक्ता को शर्मिंदा करने संबंधी गतिविधि:** किसी विशेष विश्वास या दृष्टिकोण के अनुरूप न होने के लिये दोषी साबित कर उपभोक्ताओं की आलोचना या उन पर हमला करना।
    - **जबरन कार्रवाई:** यह उपभोक्ताओं को ऐसी कार्रवाई करने के लिये प्रेरित करता है जो वे नहीं करना चाहते, जैसे- सामग्री तक पहुँच हेतु किसी सेवा के लिये साइन-अप करना।
    - **नुक्ताचीनी/आलोचना(Nagging):** लगातार आलोचना, शिकायतें और कार्रवाई के लिये अनुरोध करना।
    - **सदस्यता जाल:** किसी सेवा से **जुड़ना आसान है लेकिन छोड़ना अत्यंत कठिन** है यहाँ विकल्प अदृश्य है या इनमें कई चरणों की आवश्यकता है।
    - **प्रलोभन और युक्ति:** एक **निश्चित उत्पाद या सेवा का विज्ञापन करना, लेकिन उत्पाद का प्रायः निम्न गुणवत्ता का वितिरण** करना।
    - **अदृश्य लागतें:** अतिरिक्त **लागतों को छिपाना जब तक कि उपभोक्ता पहले से ही खरीदारी करने के लिये प्रतिबद्ध न हो** जाए।

- **छद्म विज्ञापन:** उपयुक्त सामग्री की तरह दिखने के लिये निर्मित किया गया, जैसे- समाचार लेख या उपयोगकर्ता-जनित सामग्री आदि।

- **परिणाम:**
  - **डार्क पैटर्न इंटरनेट उपयोगकर्ताओं के अनुभव को खतरे में डालते हैं,** साथ ही उन्हें **बिग टेक फर्मों द्वारा वित्तीय और डेटा शोषण के प्रति अधिक संवेदनशील** बनाते हैं।
  - **डार्क पैटर्न उपयोगकर्ताओं को भ्रमित करते हैं,** ऑनलाइन बाधाएँ उत्पन्न करते हैं, साथ ही सरल कार्यों को अधिक समय लेने वाला बनाते हैं, उपयोगकर्ताओं को अवांछित सेवाओं/उत्पादों के लिये भी साइन-अप करते हैं तथा उन्हें अधिक पैसे देने या उनकी इच्छा से अधिक व्यक्तिगत जानकारी साझा करने के लिये मज़बूर करते हैं।

कंपनियों द्वारा डार्क पैटर्न का उपयोग:

- सोशल मीडिया कंपनियाँ तथा **एप्पल, अमेज़न, स्काइप, फेसबुक, लिंक्डइन, माइक्रोसॉफ्ट और गूगल** जैसी बड़ी टेक कंपनियाँ अपने लाभ के लिये उपयोगकर्ता अनुभव को कम करने के लिये डार्क या भ्रामक पैटर्न का उपयोग करती हैं।
  - अमेज़न प्राइम सब्सक्रिप्शन में भ्रामक, बहु-चरणीय रद्दीकरण प्रक्रिया के लिये अमेज़न को **यूरोपीय संघ** में आलोचना का सामना करना पड़ा। अमेज़न ने वर्ष 2022 में यूरोपीय देशों में ऑनलाइन ग्राहकों के लिये अपनी रद्दीकरण प्रक्रिया को आसान बना दिया है।
- **लिंक्डइन उपयोगकर्ताओं को अक्सर प्रभावशाली लोगों से अनचाहे एवं प्रायोजित संदेश प्राप्त होते हैं।**
  - इस विकल्प को अक्षम करने के लिये अनेक चरणों वाली एक कठिन प्रक्रिया का पालन करना होता है जिसके लिये उपयोगकर्ताओं का प्लेटफॉर्म नियंत्रण से परिचित होना आवश्यक है।
- गूगल के स्वामित्व वाला यूट्यूब (YouTube) **उपयोगकर्ताओं को पॉप-अप के साथ यूट्यूब प्रीमियम के लिये साइन-अप करने के लिये बाध्य** करता है जिससे वीडियो के अंतिम सेकंड अन्य वीडियो के थंबनेल के कारण अस्पष्ट हो जाते हैं।

डार्क पैटर्न से निपटने के लिये वैश्विक प्रयास:

- मार्च 2021 में कैलिफोर्निया, अमेरिका में **कैलिफोर्निया उपभोक्ता गोपनीयता अधिनियम** में संशोधन पारित किया गया जिससे उपभोक्ताओं के गोपनीयता अधिकारों का प्रयोग करने में बाधा डालने वाले डार्क पैटर्न पर रोक लगा दी गई।
- यूनाइटेड किंगडम ने अप्रैल 2019 में दिशा-निर्देश जारी किये, जिन्हें बाद **में डेटा संरक्षण अधिनियम, 2018 के तहत लागू किया गया,** ताकि कंपनियाँ कम उम्र के उपयोगकर्ताओं को लुभाने के लिये चालाकीपूर्ण रणनीति का उपयोग न कर सकें।

आगे की राह

- एक टास्क फोर्स की स्थापना और दिशा-निर्देश विकसित करने की दिशा में काम करके सरकार का लक्ष्य भ्रामक प्रथाओं को रोकना और उपयोगकर्त्ता के हितों की रक्षा करना है। **यह कदम अमेरिका तथा ब्रिटेन जैसे देशों द्वारा किये गए समान प्रयासों के अनुरूप है।**
- उपयोगकर्ताओं के बीच डार्क पैटर्न के बारे में जागरूकता फैलाना और विभिन्न वेबसाइट्स द्वारा उपयोग की जाने वाली चतुर युक्तियों की पहचान करने के संबंध में उन्हें सशक्त बनाना आवश्यक है।

स्रोत: इंडियन एक्सप्रेस

PDF Refernece URL: https://www.drishtiias.com/hindi/printpdf/dark-patterns-1