



Avots: Norvēģijas Patērētāju padome (*Forbrukerrådet* jeb *Norwegian Consumer Council*).

Patērētāju organizācijas visā Eiropā aicina stingrāk regulēt videospēļu saturu, jo tajās tiek plaši izmantots manipulatīvs dizains, agresīvs mārketingš un maldinošas varbūtības.

Šodien Norvēģijas Patērētāju padome (*The Norwegian Consumer Council* jeb *NCC*) publicēja ziņojumu "IEMET MONĒTU: Kā datorspēļu nozare manipulē ar patērētājiem, izmantojot "laupījumu kastes" (angl.

"INSERT COIN: How the gaming industry exploits consumers using loot boxes"

) un 20 patērētāju organizācijas no 18 valstīm, tajā skaitā Latvijas Patērētāju interešu aizstāvības asociācija (LPIAA), uzsāk koordinētu kampaņu, aicinot atbildīgas iestādes rīkoties.

Tā saucamās "laupījuma kastes" ir digitālais saturs videospēlēs, ko patērētāji iegādājas par reālu naudu, bet kurā ietvertais labums pirkuma brīdī viņiem nav zināms. Laupījuma kastu saturs ir nejaušs un var sniegt patērētājam zināmas priekšrocības vai kosmētiska rakstura priekšmetus izmantošanai spēlē. Iespējas uzzināt "laupījuma kastes" saturu pirms pirkuma veikšanas patērētājiem nav.

"Savā darbā esam noskaidrojuši, ka "laupījuma kastu" pārdošana un noformējums bieži vien ir saistīts ar patērētāju manipulēšanu, izmantojot agresīvos mehānismus, veicinot atkarību, vērsties pret neaizsargātām patērētāju grupām un tamlīdzīgi" norāda Fīns Mirstads (*Finn Myrstad*), NCC digitālas politikas direktors.

NCC ziņojumā tiek aprakstīts, kā datorspēļu kompānijas peļņas palielināšanas nolūkā izmanto ļoti problemātisku komercpraksi, piemēram:

- kognitīvo aizspriedumu un neaizsargātības izmantošana ar maldinoša dizaina un mārketinga palīdzību;
- virtuālo valūtu izmantošana, lai maskētu vai sagrozītu reālās izmaksas;
- "laupījuma kastu" un manipulāciju vēršana arī attiecībā uz nepilngadīgajiem.

Videospēļu nozare ir viena no lielākajām izklaides nozarēm pasaulē, kura ir ienesīgāka par kinofilmu un mūzikas pārdošanu. Tiek lēsts, ka visā pasaulē videospēles regulāri spēlē vairāk nekā 2,8 miljardi patērētāju, tostarp bērni, pusaudži un pieaugušie. Vēsturiski šī nozare guva ieņēmumus galvenokārt no videospēļu pārdošanas. Tomēr pēdējās divās desmitgadēs par galveno nozares ieņēmumu avotu kļuva spēļu pirkumi - papildu digitālā satura pārdošana spēļu laikā, 2020.gadā radot vairāk nekā 15 miljardus ASV dolāru ieņēmumus.

Neraugoties uz nozares apjomu, tā lielākoties palika bez pienācīgas regulatīvās kontroles, jo daudzas iestādes videospēles uzskata par nišas produktu.

LPİAA padomnieks juridiskajos jautājumos Andrejs Vanags norāda: "Ņemot vērā datorspēļu tirgus lielumu un skarto patērētāju skaitu, valstu un ES iestādēm būtu jāpievērš lielāka uzmanība tās regulēšanai un patērētāju tiesību ievērošanas nodrošināšanai. Mēs aicinām veikt vairākus pasākumus, tostarp aizliegt maldinošu datorspēļu dizainu, kā arī nodrošināt papildu aizsardzību nepilngadīgajiem un cenu norādīšanu reālajās valūtās."

Pilns ziņojuma teksts ir pieejams šeit: <https://www.forbrukerradet.no/report-on-loot-boxes-insert-coin>
(angļu valodā).

Kampaņas dalībnieki:

1. Verein für Konsumenteninformation – VKI, Austrija
2. Асоциация активни потребители - BNAAC, Bulgārija
3. dTest, Čehija
4. Forbrugerrådet Tænk, Denmark
5. BEUC – Eiropas Patērētāju organizācija, ES
6. UFC-Que Choisir, Francija
7. Verbraucherzentrale bundesverband – VZBV, Vācija
8. KEPKA, Grieķija

9. EKPIZO, Grieķija
10. Neytendasamtökin - NS, Islande
11. Latvijas Patērētāju interešu aizstāvības asociācija - LPIAA, Latvija
12. Consumentenbond, Nīderlande
13. Forbrukerrådet - NCC, Norvēģija
14. Federacja Konsumentow, Polija
15. DECO, Portugāle
16. Zveza Potrošnikov Slovenije – ZPS, Slovēnija
17. Organización de consumidores y usuarios – OCU, Spānija
18. Asufin, Spānija
19. Sveriges Konsumenter, Zviedrija
20. Fédération Romande des consommateurs - FRC, Šveice