**Europski parlament**
2019-2024

**USVOJENI TEKSTOVI**

# P9_TA(2023)0459

## Dizajn internetskih usluga koji stvara ovisnost i zaštita potrošača na jedinstvenom tržištu EU-a

### Rezolucija Europskog parlamenta od 12. prosinca 2023. o dizajnu internetskih usluga koji stvara ovisnost i zaštiti potrošača na jedinstvenom tržištu EU-a (2023/2043(INI))

*Europski parlament*,

– uzimajući u obzir Ugovor o funkcioniranju Europske unije, a posebno njegov članak 169.,

– uzimajući u obzir obavijest Komisije naslovljenu „Smjernice za tumačenje i primjenu Direktive 2005/29/EZ o nepoštenoj poslovnoj praksi poslovnog subjekta u odnosu prema potrošaču” (2021/C 526/01),

– uzimajući u obzir obavijest Komisije naslovljenu „Smjernice za tumačenje i primjenu Direktive 2011/83/EU o pravima potrošača” (2021/C 525/01),

– uzimajući u obzir obavijest Komisije naslovljenu „Smjernice za tumačenje i primjenu Direktive Vijeća 93/13/EEZ o nepoštenim uvjetima u potrošačkim ugovorima” (2019/C 323/04),

– uzimajući u obzir studiju Komisije naslovljenu „Istraživanje ponašanja o nepoštenoj poslovnoj praksi u digitalnom okruženju: tamni obrasci i manipulativna personalizacija: završno izvješće”, Glavna uprava za pravosuđe i zaštitu potrošača, 2022.,

– uzimajući u obzir izvješće krovne skupine za zaštitu potrošača BEUC iz 2022. naslovljeno „Zaštita potrošača u EU-u 2.0. Zaštita pravednosti i izbora potrošača u digitalnom gospodarstvu”,

– uzimajući u obzir savjetovanje Komisije naslovljeno „Provjera primjerenosti prava EU-a o zaštiti potrošača u pogledu pravednosti u digitalnoj domeni i njezino sažeto izvješće”,

– uzimajući u obzir studiju Službe Europskog parlamenta za istraživanja iz 2019. naslovljenu „Štetna upotreba interneta. Dio I.: Ovisnost o internetu i problematična upotreba”,

– uzimajući u obzir izvješće Ujedinjenih naroda iz 2021. naslovljeno „Naš zajednički program – izvješće glavnog tajnika”,

– uzimajući u obzir svoju Rezoluciju od 12. ožujka 2009. o zaštiti potrošača, posebno maloljetnika, u pogledu korištenja videoigara[1],

– uzimajući u obzir Uredbu (EU) 2022/2065 o jedinstvenom tržištu digitalnih usluga (Akt o digitalnim uslugama)[2],

– uzimajući u obzir Prijedlog uredbe o utvrđivanju usklađenih pravila o umjetnoj inteligenciji (Akt o umjetnoj inteligenciji) (COM(2021)0206),

– uzimajući u obzir Uredbu (EU) 2016/679 o zaštiti pojedinaca u vezi s obradom osobnih podataka i o slobodnom kretanju takvih podataka (Opća uredba o zaštiti podataka)[3],

– uzimajući u obzir članak 24. Povelje Europske unije o temeljnim pravima,

– uzimajući u obzir Konvenciju Ujedinjenih naroda o pravima djeteta i Opću napomenu br. 25 (2021.) o Konvenciji o pravima djeteta u pogledu digitalnog okruženja,

– uzimajući u obzir Komisijinu strategiju za bolji internet za djecu,

– uzimajući u obzir članak 54. Poslovnika,

– uzimajući u obzir izvješće Odbora za unutarnje tržište i zaštitu potrošača (A9-0340/2023),

A. budući da u današnjem gospodarstvu koje se temelji na pozornosti određena tehnološka poduzeća upotrebljavaju funkcije dizajna i sustava kako bi iskoristila ranjivost korisnika i potrošača i kako bi privukla njihovu pozornost i povećala vrijeme koje provode na digitalnim platformama; budući da mnoge digitalne usluge, kao što su internetske igre, društveni mediji, usluge internetskog prijenosa za filmove, serije ili glazbu, internetska tržišta ili internetske trgovine mogu biti osmišljene tako da korisnici što dulje ostanu na platformi kako bi se u najvećoj mogućoj mjeri povećali prikupljeni podaci te vrijeme i novac koji na njoj troše i kako bi se što više povećala aktivnost, angažiranost, proizvodnja sadržaja, razvoj mreže i dijeljenje podataka; budući da se to posebno odnosi na usluge

---

1 SL C 87 E, 1.4.2010., str. 122.
2 SL L 277, 27.10.2022., str. 1.
3 SL L 119, 4.5.2016., str. 1.

monetizacije podataka; budući da su stoga mnoge internetske usluge osmišljene tako da odjednom služe ostvarenju nekoliko ciljeva, a to su optimizacija korisničkog iskustva i zadržavanje pozornosti korisnika pa time i stvaranje što veće ovisnosti; budući da se sve digitalne usluge ne temelje na istom poslovnom modelu, tako da, iako se neke digitalne usluge zasnivaju na monetizaciji podataka i vremenu provedenom na aplikaciji kako bi se prikupili podaci i upotrebljavali u svrhe oglašavanja, druge digitalne usluge djelomično ili u cijelosti funkcioniraju s modelima koji se temelje na pretplati i koji mogu ili ne moraju sadržavati obilježja dizajna koji stvara ovisnost; budući da se neke usluge uspješno ne oslanjaju na dizajn kojim se produljuje vrijeme provedeno na platformi; budući da se komercijalni uspjeh i etički pristup razvoju aplikacija međusobno ne isključuju; budući da se pojmovima „manipulativni dizajn”, „dizajn koji stvara ovisnost” ili „dizajn utemeljen na ponašanju” koji se odnose na internetske usluge opisuju značajke koje dovode do rizika i štete povezanih s ponašanjem, uključujući oblike digitalne ovisnosti kao što su „prekomjerna ili štetna upotreba interneta”, „ovisnost o pametnom telefonu”, „tehnološka ovisnost ili ovisnost o internetu”, „ovisnost o društvenim medijima”; budući da postoji sve veći konsenzus među pripadnicima akademske zajednice da postoje pojave kao što je „ovisnost o društvenim medijima”; budući da moramo razmotriti značajke koje doprinose zadržavanju pozornosti i potiču stvaranje ovisnosti, a ne medije ili uređaje kao takve; budući da su potrebna daljnja istraživanja kako bi se bolje razumjeli temeljni problemi, učinak internetskih usluga i moguća rješenja;

B. budući da digitalne usluge, uključujući društvene medije, radikalno mijenjaju društvo i imaju pozitivne učinke kao što su povećana učinkovitost, povezanost, pristupačnost i razonoda, kao i omogućivanje djeci i mladima da se povežu, uče o različitim perspektivama i svjetonazorima i cijene ih, kao i da izgrade znanje i istraže područja od interesa; budući da nam aplikacije mogu pomoći da postanemo produktivniji ili da više vježbamo ili da riješimo konkretne probleme, kao što pokazuju prometne, bankarske ili prevoditeljske aplikacije; budući da digitalizacija i društveni mediji također predstavljaju nove izazove za društvo i iziskuju političku pozornost zbog rizika za fizičko i mentalno zdravlje povezanih s upotrebom internetskih usluga; budući da uz sva poboljšanja koja je tehnologija donijela u živote pojedinaca, sofisticirana upotreba adiktivnog, bihevioralnog ili obmanjujućeg ili uvjerljivog dizajna može imati štetne posljedice na ponašanje potrošača na internetu te je stoga potrebno regulatornim tijelima i istraživačima pružiti alate koji su im potrebni za analizu učinaka korištenja tih platformi;

C. budući da osobe u dobi od 16 do 24 godine u prosjeku provode više od sedam sati dnevno na internetu[1]; budući da svako četvrto dijete i mlada osoba pokazuju „problematičnu” ili „disfunkcionalnu” upotrebu pametnog telefona, što podrazumijeva obrasce ponašanja koji odražavaju ovisnost[2]; budući da istraživanja upućuju na to da problematična upotreba pametnih telefona i dalje raste i da se mnoga djeca rijetko isključuju s društvenih medija, da ih stalno koriste tijekom dana i osjećaju se nesigurnima bez mobilnog telefona; budući da istraživanja upućuju i na to da bi porast problema s mentalnim zdravljem adolescenata mogao biti povezan s prekomjernom upotrebom društvenih medija i da je pritisak povezan s upotrebom društvenih medija utvrđen kao jedan od pet glavnih uzroka poteškoća s mentalnim zdravljem djece; budući da su mlađe populacije podložnije psihopatološkim poremećajima te da štetno ponašanje i poremećaji mentalnog zdravlja nastali u djetinjstvu mogu oblikovati kasniji životni tijek; budući da Svjetska zdravstvena organizacija priznaje ovisnost o videoigrama kao poremećaj mentalnog zdravlja.

D. budući da ovisnost povezana s upotrebom interneta može imati slične nuspojave kao ovisnosti o supstancama, uključujući dokaze o toleranciji i recidivu[3]; budući da postoje strogi propisi za druge proizvode i usluge koji stvaraju ovisnost kako bi se spriječila ovisnost i potrošači zaštitili od štetnog utjecaja; budući da je problematična upotreba pametnog telefona ili interneta povezana s manjim zadovoljstvom životom i problemima s mentalnim zdravljem kao što su depresija, niska razina samopouzdanja, iskrivljena predodžba o izgledu tijela, poremećaji prehrane, tjeskoba, visoke razine percipiranog stresa, zanemarivanje obitelji i prijatelja, gubitak samokontrole, nedovoljna količina sna i opsesivno-kompulzivni simptomi, kao što je kompulzivna kupnja među mladim odraslim

---

1 Average daily time spent using the internet by online users worldwide as of 4th quarter 2022, by age and gender (Prosječno dnevno vrijeme koje internetski korisnici diljem svijeta provedu na internetu prema podacima od 4. tromjesečja 2022., prema dobi i spolu), Statista, 22. svibnja 2023., https://www.statista.com/statistics/1378510/daily-time-spent-online-worldwide-by-age-and-gender/.

2 Lopez-Fernandez, O. i Kuss, D., *Harmful Internet Use Part I: Internet addiction and problematic use* (Štetna upotreba interneta, dio I.: Ovisnost o internetu i njegova problematična upotreba), EPRS, STOA, str. 51, https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2019/624249/EPRS_STU(2019)624249_EN.pdf.

3 Lopez-Fernandez, O. i Kuss, D., *Harmful Internet Use Part I: Internet addiction and problematic use* (Štetna upotreba interneta, dio I.: Ovisnost o internetu i njegova problematična upotreba), EPRS, STOA, str. 51, https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2019/624249/EPRS_STU(2019)624249_EN.pdf.

osobama[1]; budući da je dvostruko vjerojatnije da će korisnici koji intenzivno koriste digitalne medije imati probleme s mentalnim zdravljem, uključujući čimbenike rizika za samoubojstvo i samoozljeđivanje; budući da su djeca i mlade osobe podložniji tim simptomima; budući da poremećaji mentalnog zdravlja nastali u djetinjstvu mogu oblikovati kasniji životni tijek pojedinca; budući da je prekomjerna upotreba interneta povezana s problemima sa svakodnevnim obvezama, sve lošijim ocjenama, lošim školskim i akademskim rezultatima ili lošim učinkom na radnom mjestu; budući da je raširenost ovisnosti o digitalnoj tehnologiji i njezine povezanosti

---

1 Vidjeti, među ostalim: Sohn, S., Rees, P., Wildridge, B., Kalk, N. J. i Carter, B. R. (2019.). *Prevalence of problematic smartphone usage and associated mental health outcomes amongst children and young people: a systematic review, meta-analysis and GRADE of the evidence* (Raširenost problematične upotrebe pametnih telefona i povezanih ishoda za mentalno zdravlje među djecom i mladima: sustavni pregled, metaanaliza i GRADE dokaza). BMC Psychiatry, 19, 2019. Peterka-Bonetta, J., Sindermann, C., Elhai, J.D., Montag, C., *Personality associations with smartphone and internet use disorder: a comparison study including links to impulsivity and social anxiety* (Asocijacije osobnosti s poremećajima povezanima s upotrebom pametnog telefona i interneta: komparativna studija koja uključuje veze s impulzivnošću i socijalnom tjeskobom). Front Public Health 7:127, 2019.; Samra, A., Warburton, W. A., i Collins, A. M., *Social comparisons: A potential mechanism linking problematic social media use with depression* (Društvene usporedbe: Potencijalni mehanizam kojim se problematična upotreba društvenih medija povezuje s depresijom). Journal of Behavioral Addictions, 2022.; Laconi, S. et al. *Cross-cultural study of Problematic Internet Use in nine European countries* (Međukulturna studija o problematičnoj upotrebi interneta u devet europskih zemalja), u: Computers in Human Behavior, 84, str. 430-440, 2018.; Lopez-Fernandez, O. i Kuss, D., *Harmful Internet Use Part I: Internet addiction and problematic use* (Štetna upotreba interneta, dio I.: Ovisnost o internetu i njegova problematična upotreba), EPRS, STOA, str. 51; Cesarina Mason, M., Zamparo, G., Marini, A. i Ameen, N. *Glued to your phone? Generation Z's smartphone addiction and online compulsive buying* (Zalijepljeni za telefon? Ovisnost o pametnim telefonima i kompulzivna internetska kupnja generacije Z) u: Computers in Human Behaviour, sv. 136, studeni 2022.; Learning to deal with Problematic Usage of the Internet (Kako se nositi s problematičnom upotrebom interneta), revidirano izdanje / COST Action 2023.; Boer, M. *#ConnectedTeens Social media use and adolescent wellbeing* (#PovezaniTinejdžeri Upotreba društvenih medija i dobrobit adolescenata), 2022.; Neophytou, E. Manwell, L.A. and Eikelboom, R. *Effects of excessive screen time on neurodevelopment, learning, memory, mental health, and neurodegeneration: a scoping review* (Posljedice predugog vremena provedenog ispred zaslona na neurorazvoj, učenje, pamćenje, mentalno zdravlje i neurodegenerativne bolesti: pretražni pregled), Int J Ment Health Addiction, 19, 2019., str. 724-744.

sa simptomima uobičajenih mentalnih poremećaja sve veći problem javnog zdravlja te bi trebala biti problem tvoraca politika; budući da je potrebno više istraživanja kako bi se bolje usmjerio razvoj najprikladnijih dijagnostičkih kriterija i utvrdili čimbenici rizika za razne vrste ovisnosti o digitalnoj tehnologiji; budući da određene usluge, proizvodi ili značajke koje možda ne utječu na odrasle osobe mogu biti vrlo rizične, stvarati ovisnost ili na drugi način štetiti djeci, među ostalim zbog kumulativnog učinka kombinacije nekoliko značajki ili dugotrajnog utjecaja tijekom vremena;

E. budući da bi primarni cilj svih internetskih usluga i proizvoda kojima djeca mogu pristupiti trebao biti dizajn u najboljem interesu djeteta; budući da određene internetske usluge i proizvodi mogu biti vrlo rizični, stvarati ovisnost ili na drugi način štetiti djeci, među ostalim zbog kombiniranog učinka nekoliko značajki ili njihova kumulativnog učinka tijekom vremena;

F. budući da, prema nekim istraživanjima, predugo vrijeme provedeno ispred zaslona ili problematična upotreba mogu utjecati na razvoj mozga; budući da su brojniji problemi s upotrebom društvenih medija povezani s manjkom pozornosti, kraćim rasponom pozornosti, impulzivnošću i simptomima hiperaktivnog poremećaja manjka pozornosti (ADHD)[1]; budući da je intenzivna upotreba društvenih medija povezana s nižim razinama sive tvari u određenim područjima mozga, kao i kod supstanci koje stvaraju ovisnost; budući da je dokazano da predugo vrijeme provedeno ispred zaslona potencijalno ima posljedice na razvoj mozga, učenje i pamćenje, a sjedilački način života povezan s vremenom provedenim na elektroničkim medijima može povećati rizik od ranih neurodegenerativnih bolesti[2];

G. budući da se može smatrati da dizajn koji stvara ovisnost negativno utječe na sve, a ne samo na pojedince koji pokazuju problematične obrasce upotrebe; budući da dizajn koji stvara ovisnost otežava usredotočenost na zadaću koja se obavlja jer poruke i obavijesti stalno ometaju koncentraciju; budući da dizajn internetskih usluga

---

1 Boer, M. *#ConnectedTeens Social media use and adolescent wellbeing* (#PovezaniTinejdžeri Upotreba društvenih medija i dobrobit adolescenata), 2022.; Boer, M., Stevens, G. Finkenauer, C., van den Eijnden, R., *Attention Deficit Hyperactivity Disorder-Symptoms, Social Media Use Intensity, and Social Media Use Problems* (Simptomi hiperaktivnog poremećaja manjka pozornosti, intenzitet upotrebe društvenih medija i problemi s upotrebom društvenih medija), u Adolescents: Investigating Directionality, Child Development, 91, 4, 2020.

2 Neophytou, E. Manwell, L.A. and Eikelboom, R. *Effects of excessive screen time on neurodevelopment, learning, memory, mental health, and neurodegeneration: a scoping review* (Posljedice predugog vremena provedenog ispred zaslona na neurorazvoj, učenje, pamćenje, mentalno zdravlje i neurodegenerativne bolesti: pretražni pregled), Int J Ment Health Addiction, 19, 2019., str. 724-744.

koji stvara ovisnost dovodi do povećanog pritiska na uspješnost i društvenog pritiska da osobe budu stalno povezane na internet, čime se povećava rizik od stresa i sindroma izgaranja na poslu; budući da su potrošači na internetu tijekom dana sve više izloženi prevelikom broju informacija i golemim osjetilnim poticajima, što može dovesti do ograničene kognitivne sposobnosti, a korisnička sučelja nude samo ograničenu kontrolu nad njihovim podacima; budući da vrijeme provedeno ispred zaslona znači da to vrijeme nije provedeno baveći se fizičkom aktivnošću, u pokretu, na svježem zraku ili skretanjem misli s obveza i opuštanjem, a sve te aktivnosti povezane su s fizičkom i mentalnom dobrobiti i ključne su za razvoj djece; budući da su adolescenti koji troše malo vremena na elektroničku komunikaciju općenito najsretniji; budući da su kod osoba koje se prestanu koristiti društvenim medijima na jedan tjedan uočena znatna poboljšanja u pogledu dobrobiti;

H. budući da adolescentice u prosjeku provode više vremena na internetu, pametnim telefonima, društvenim medijima i tekstualnim porukama nego dječaci; budući da dječaci općenito provode više vremena na videoigrama i elektroničkim uređajima; budući da je u djevojaka uočena snažnija veza između vremena provedenog ispred zaslona i lošeg mentalnog zdravlja nego u dječaka te je vjerojatnost da će one razviti klinički relevantne razine depresivnih simptoma dvostruko veća nego u dječaka; budući da su internetske usluge koje stvaraju ovisnost često usmjerene na maloljetnike ili dostupne djeci svih dobnih skupina; budući da sve usluge i proizvodi kojima djeca mogu pristupiti moraju biti sigurni za njih i biti u skladu s najboljim interesima djeteta;

I. budući da sučelja nekih digitalnih usluga iskorištavaju psihološke ranjivosti slične onima koje su povezane s ovisnosti o igrama na sreću; budući da su značajke dizajna koje stvaraju ovisnost namjerno usmjerene na ranjivosti potrošača, zbog čega oni provode mnogo više vremena na aplikacijama i služe se njima više nego što su namjeravali; budući da platforme primjenjuju tehnike igrifikacije, što podrazumijeva dizajn utemeljen na ponašanju u kojem se upotrebljava mehanika igre kako bi se nagradilo obavljanje zadaća i korisnicima pružila iluzija izbora i kontrole, dok su istovremeno strogo ograničeni vremenskim okvirom;

J. budući da su značajke dizajna koji stvara ovisnost često povezane s psihosocijalnim obrascima koji se temelje na psihološkim potrebama, ranjivostima i željama potrošača, kao što su društvena pripadnost, socijalna anksioznost, strah od propuštanja novih informacija (što je dodatno potaknuto činjenicom da su informacije dostupne samo privremeno, primjerice „priče” ili obavijest da korisnik tipka), mrežni učinci, potreba da se zadaci obavljaju jedan za drugim, bez obzira na prekide, uklanjanjem svih intuitivnih trenutaka za prekidanje ili dovršenje zadatka, poznatih i kao „znakovi za zaustavljanje” ili engl. *stopping cues* (beskonačno pregledavanje sadržaja, bljeskovi

sadržaja velike važnosti koji se odmah skriju dok se popis vijesti ponovno učitava), automatska reprodukcija uz postavljanje ciljeva za korisnike, kao što je održavanje uspješnog niza (engl. *streaks*) i poticanje na gubitak samokontrole; budući da značajke dizajna mogu stvarati ovisnost iz različitih razloga, primjerice zbog povremene promjenjive prirode nagrađivanja, što dovodi do naleta dopamina, kao što je slučaj i kod automata za igre na sreću, slanja potisnih obavijesti ili društvenog reciprociteta koji dovodi do kemijskih reakcija u mozgu, pri čemu osobe s jedne strane zadovoljavaju društvene potrebe, primjerice kad netko označi njihovu objavu sa „sviđa mi se”, a s druge strane osjećaju društveni pritisak da odgovore na poruku jer aplikacija šalje obavijest o pročitanoj poruci; budući da se prethodno opisane značajke kombiniraju s detaljnom personalizacijom kako bi se utjecalo na korisnike na pojedinačnoj razini, čime se povećavaju utvrđeni obrasci ponašanja i rizici; budući da su djeca podložnija utjecaju tih značajki, posebno u ranijim fazama razvoja;

K. budući da moderne usluge koje se temelje na podacima stavljaju potrošača u nepovoljniji položaj zbog kojeg dolazi do neravnoteže moći i digitalne asimetrije, što dovodi do univerzalnog stanja digitalne ranjivosti koja proizlazi iz unutarnjih i vanjskih čimbenika izvan kontrole potrošača; budući da su potrošači u stalnom kontaktu s umjetnom inteligencijom koja može lako otkriti i iskoristiti njihove ranjivosti, a usluge redovito mijenjaju svoje strukture izbora kako bi se maksimalno povećale stope konverzije i angažiranost; budući da to pokazuje da koncept ranjivosti ne smije biti ograničen na „tradicionalno zaštićene” skupine, već mora uključivati sve potrošače;

L. budući da su prakse koje stvaraju ovisnost empirijski istražene i uključuju značajke dizajna kao što su „beskonačno pregledavanje sadržaja”, „povlačenje zaslona za osvježavanje sadržaja” kako bi se stranica ponovno učitala, funkcije reprodukcije videozapisa „bez prestanka”, personalizirane preporuke, „obavijesti za privlačenje pozornosti”, odnosno obavijesti koje se šalju kako bi se ponovno pridobila pozornost korisnika koji je napustio uslugu ili aplikaciju, „pokretanje bez naredbe korisnika” u određenim trenucima tijekom dana, dizajn koji dovodi do „gubitka pojma o vremenu”, što dovodi do razvodnjene predodžbe o vremenu, ili „lažne obavijesti društvenih medija”, čime se stvara iluzija da je korisnik informiran o novostima društvenog kruga na internetu, s obzirom na to da se takve značajke često mogu pronaći zajedno s personaliziranim elementima; budući da se potrošače potiče na to da sve više vremena troše na te platforme; budući da su druge utjecajne značajke dizajna elementi kao što su „oznaka ‚sviđa mi se’”, „funkcije slanja obavijesti o pročitanoj poruci”, obavijest da korisnik tipka, ali i broj pratitelja prikupljenih na platformi, boje kojima se platforme služe, potisne obavijesti i vremenska ograničenja sadržaja, kao što su privremeno dostupne priče; budući da iznimno brz razvoj društvenih medija

zahtijeva stalno istraživanje, posebno u pogledu mentalnog zdravlja i maloljetnika;

M. budući da određeni sustavi za preporučivanje, koji se temelje i na personalizaciji i interakciji, kao što su „klikovi” i oznake „sviđa mi se”, potencijalno predstavljaju važnu utjecajnu značajku adiktivnog ili bihevioralnog dizajna; budući da sustavi za preporučivanje istodobno mogu doprinijeti funkcionalnosti platformi kako bi se poboljšala društvena interakcija, ali su često usmjereni i na zadržavanje korisnika na platformi; budući da je Aktom o digitalnim uslugama uveden niz obveza u pogledu transparentnosti za sustave za preporučivanje;

N. budući da mnoga tehnološka poduzeća svoje odluke o dizajnu donose na temelju upotrebe eksperimentalnih kontrolnih ploča; budući da se stvarni eksperimenti provode izravno na potrošačima bez njihova znanja ili pristanka; budući da nije jasno u kojoj mjeri takvi eksperimenti podliježu sigurnosnim mjerama zbog nedovoljne transparentnosti u njihovoj primjeni;

O. budući da se prethodno navedene značajke dizajna koji stvara ovisnost ne mogu riješiti jednostavnim nametanjem rokova za internetske usluge jer se tim pristupom odgovornost prebacuje na pojedinca umjesto da se riješi ključno pitanje adiktivnog dizajna internetskih usluga vođenih profitom; budući da nijedno „rješenje” koje su platforme primijenile nije dovelo do ozbiljne promjene ili smanjenja upotrebe internetskih usluga; budući da tinejdžeri ne prihvaćaju lako roditeljske zabrane u pogledu upotrebe društvenih medija i često lako zaobilaze sva tehnička ograničenja koja su im nametnuta; budući da su mjere kao što su roditeljska kontrola i digitalna pismenost komplementarne odgovornosti pružatelja usluga da štite i promiču prava djece u digitalnom okružju, posebno mjerama integrirane sigurnosti kako bi se osiguralo da dizajn njihovih proizvoda i usluga ne šteti djeci; budući da su istraživanja pokazala da jasna pravila i konstruktivna komunikacija s djecom mogu pomoći u sprečavanju ovisnosti o društvenim medijima; budući da bi digitalne usluge roditeljima i edukatorima trebale pružiti platformu za savjetovanje i informiranje o opasnostima prekomjerne upotrebe interneta i o tome kako o toj temi govoriti s djecom i mladima; budući da se rasprave vode u kontekstu aktualnih nezakonodavnih inicijativa kao što su kodeks dobrih praksi EU-a za dobno primjereni dizajn (u okviru Europske strategije za bolji internet za djecu iz 2022. (BIK+)), pristupa Europske komisije mentalnom zdravlju i Akcijski plan za digitalno obrazovanje za razdoblje od 2021. do 2027.;

P. budući da se člancima 25., 27., 28. i 38. Akta o digitalnim uslugama predviđaju zabrana obmanjujućih ili manipulativnih značajki, obveze transparentnosti i izbora za sustave za preporučivanje i profiliranje, kao i mjere za zaštitu maloljetnika; budući da se Aktom o digitalnim

uslugama već uvode odredbe protiv upotrebe „tamnih obrazaca”, no one su ograničene na strukturu izbora i utječu na izbore, a da pritom ne rješavaju pitanje dizajna utemeljenog na ponašanju koji sam po sebi stvara ovisnost te su ujedno ograničenog područja primjene jer se ne primjenjuju na sve internetske usluge, već samo na internetske platforme, čime se isključuju ključne problematične usluge kao što su internetske igre; budući da se horizontalnim zakonodavstvom koje će uskoro biti doneseno u obliku Akta o umjetnoj inteligenciji[1] nastoje zabraniti sustavi umjetne inteligencije koji imaju subliminalne značajke, ali je ono ograničeno na sustave koji su „namjerno manipulativni ili primjenjuju obmanjujuće tehnike”;

***Dizajn internetskih usluga koji stvara ovisnost***

1. pozdravlja provjeru prikladnosti prava o zaštiti potrošača koju je provela Komisija u pogledu „digitalne pravednosti” kao jedinstvenu priliku da se otvori put novoj generaciji zakonodavstva o zaštiti potrošača kojim će se preokrenuti negativni trendovi koji oslabljuju položaj potrošača i smanjuju prava potrošača u svijetu u kojem dominiraju digitalne tehnologije; u tu svrhu poziva Komisiju da u okviru provjere prikladnosti preispita koncepte i definicije u pravu o zaštiti potrošača, kao što su definicije „potrošača”, „ranjivog potrošača” i „trgovca” kako bi se potrošače zaštitilo od štete i odgovorilo na izazove koje donosi podatkovno doba;

2. smatra da su ovisnost o digitalnoj tehnologiji i persuazivna tehnologija problemi koji zahtijevaju sveobuhvatan regulatorni odgovor EU-a, uz niz poticajnih političkih inicijativa, kako bi se konstruktivno riješilo pitanje ovisnosti o digitalnoj tehnologiji i osnažilo građane da odluče na koji način žele koristiti digitalne usluge i proizvode kako bi ostvarili vlastite ciljeve i bili zaštićeni od novih oblika ovisnosti i problematične upotrebe interneta;

3. zabrinut je zbog toga što određene platforme i druga tehnološka poduzeća iskorištavaju psihološke ranjivosti kako bi digitalna sučelja dizajnirala za poslovne interese kojima se maksimalno povećava učestalost i trajanje posjeta korisnika kako bi se produljila upotreba internetskih usluga i stvorila suradnja s platformom; naglašava da dizajn koji stvara ovisnost može naštetiti fizičkom i psihičkom zdravlju, kao i prouzročiti materijalnu štetu potrošačima; poziva Komisiju da hitno procijeni i prema potrebi popuni postojeće regulatorne praznine kad je riječ o ranjivosti potrošača, tamnim obrascima i značajkama digitalnih usluga koje stvaraju ovisnost;

---

[1] Koning, I.M., et al., Bidirectional effects of internet-specific parenting practices and compulsive social media and internet game rules (Dvosmjerni učinci roditeljskih praksi koje se odnose na internet i pravila za kompulzivne društvene medije i internetske igre), Journal of Behavioral Addictions 2018., str. 624-632.

4. naglašava da unatoč snažnom razvoju zakonodavnog okvira EU-a u digitalnom području, koji obuhvaća Akt o digitalnim uslugama i Akt o umjetnoj inteligenciji, pitanje dizajna koji stvara ovisnost nije dovoljno obuhvaćeno postojećim zakonodavstvom EU-a te bi, ako se ne riješi, moglo dovesti do daljnjeg pogoršanja u području javnog zdravlja, što bi osobito utjecalo na maloljetnike; smatra da bi, ako ta tema ostane nerazmotrena, Parlament trebao preuzeti vodeću ulogu i iskoristiti svoje pravo na zakonodavnu inicijativu; poziva Komisiju da osigura čvrstu i strogu provedbu cjelokupnog postojećeg zakonodavstva o tom pitanju uz najviši mogući stupanj transparentnosti; poziva Komisiju da u tu svrhu donese potrebne smjernice u skladu s člancima 25. i 35. Akta o digitalnim uslugama;

5. poziva Komisiju da ispita koje su političke inicijative potrebne i prema potrebi predloži zakonodavstvo u pogledu adiktivnog dizajna; pozdravlja inicijativu Komisije da se osigura jednaka razina pravednosti na internetu i izvan njega; potiče Komisiju da u svojoj reviziji Direktive o nepoštenoj poslovnoj praksi[1], Direktive o pravima potrošača[2] i Direktive o nepoštenim uvjetima u potrošačkim ugovorima[3], takozvane provjere digitalne prikladnosti, osigura visoku razinu zaštite u digitalnom okružju s naglaskom na rješavanju sve većih problema povezanih s adiktivnim, bihevioralnim i manipulativnim dizajnom internetskih usluga te da u okviru te revizije također procijeni definiciju „potrošača”, „ranjivog potrošača” i „trgovca” u digitalnom dobu; naglašava da je važno zajamčiti učinkovitu i dosljednu provedbu zakona o zaštiti potrošača, obraćajući posebnu pozornost na ranjive skupine kao što su djeca;

6. podsjeća da je u Komisijinu istraživanju ponašanja o nepoštenoj poslovnoj praksi u digitalnom okružju utvrđeno da odredbe o transparentnosti protiv tamnih obrazaca i manipulativnih praksi personalizacije nisu dovoljne kako bi se suzbile negativne posljedice u prosječnih i ranjivih potrošača; poziva Komisiju da hitno procijeni je li potrebno zabraniti najštetnije prakse, koje još nisu uvrštene na crnu listu kao obmanjujuće poslovne prakse u Prilogu I. Direktivi o nepoštenoj poslovnoj praksi ili drugom zakonodavstvu EU-a; podsjeća da bi se nekoliko tamnih obrazaca i manipulativnih praksi već moglo zabraniti na temelju popisa obmanjujućih poslovnih praksi iz Priloga I. Direktivi o nepoštenoj poslovnoj praksi; povrh toga konstatira da su članci od 5. do 9. Direktive o nepoštenoj poslovnoj praksi koji se temelje na načelima u pogledu profesionalne pažnje, obmanjujućih izostavljanja i radnji te agresivnih praksi temelj za

---

1 Direktiva 2005/29/EZ od 11. svibnja 2005. o nepoštenoj poslovnoj praksi poslovnog subjekta u odnosu prema potrošaču na unutarnjem tržištu (SL L 149, 11.6.2005., str. 22.).

2 Direktiva 2011/83/EU od 25. listopada 2011. o pravima potrošača (SL L 304, 22.11.2011., str. 64.).

3 Direktiva Vijeća 93/13/EEZ od 5. travnja 1993. o nepoštenim uvjetima u potrošačkim ugovorima (SL L 95, 21.4.1993., str. 29.).

procjenu pravednosti većine praksi poslovnog subjekta u odnosu prema potrošaču;

7. podsjeća da se u procjeni Komisije o taksonomiji tamnih obrazaca napominje da se određene značajke adiktivnog dizajna možda ne uzimaju u obzir u postojećem zakonodavstvu, uključujući beskonačno pregledavanje sadržaja i zadanu funkciju automatskog pokretanja; naglašava da postojeće zakonodavstvo ne obuhvaća ni druge značajke adiktivnog dizajna, kao što su stalne potisne obavijesti ili obavijesti o pročitanoj poruci; podsjeća da i dalje postoji pravna nesigurnost u vezi s pravilima koja se primjenjuju na adiktivni dizajn sučelja; ističe smjernice Direktive o nepoštenoj poslovnoj praksi; naglašava važnost ažuriranja smjernica i pružanja pravne sigurnosti u kontekstu novih tehnoloških dostignuća; poziva Komisiju da procijeni i zabrani štetne adiktivne tehnike koje nisu obuhvaćene postojećim zakonodavstvom;

8. smatra da bi se pri svakoj reviziji Direktive o nepoštenoj poslovnoj praksi trebala uzeti u obzir podložnost potrošača s obzirom na nejednaku poziciju moći u odnosu trgovca i potrošača koja proizlazi iz unutarnjih i vanjskih čimbenika koji su izvan kontrole potrošača; naglašava da poslovna praksa trgovaca, posebice dizajn i funkcioniranje sučelja, ne bi smjela ugroziti autonomiju potrošača; u tu svrhu smatra da bi Direktiva o nepoštenoj poslovnoj praksi trebala uključivati koncept digitalne asimetrije; napominje da su i potrošači i provedbena tijela često nesvjesni onoga što se događa iza sučelja internetskih usluga zbog nedostatka znanja i uvida; poziva Komisiju da razmotri prebacivanje tereta dokazivanja za prakse za koje su Komisija ili nacionalna tijela utvrdila ili smatraju da stvaraju ovisnost; smatra da bi poduzeća trebala imati obvezu razvoja etičkih i pravednih digitalnih proizvoda i usluga bez tamnih obrazaca i obmanjujućeg ili adiktivnog dizajna; smatra da je to razumna profesionalna pažnja; napominje da je razmjena rezultata kontrolnih ploča za eksperimentiranje pružatelja internetskih usluga, ovisno o slučaju, i posljedičnih učinaka na korisnike na njihovim platformama s nadležnim tijelima i potrošačima ključna za dokazivanje učinaka značajki dizajna, uključujući činjenicu da značajka dizajna ne stvara ovisnost; poziva Komisiju da istraži i preispita eksperimentiranje s potrošačima u tom pogledu; smatra da definicija „odluke o transakciji” u Direktivi o nepoštenoj poslovnoj praksi obuhvaća nastavak korištenja usluge (npr. pregledavanje popisa sadržaja), pregled reklamnog sadržaja ili klikanje na poveznicu, kako je opisano u smjernicama Komisije o Direktivi o nepoštenoj poslovnoj praksi; ponavlja da horizontalno pravo o zaštiti potrošača mora odgovoriti na činjenicu da digitalna asimetrija utječe i na provedbena tijela te u tu

svrhu poziva Komisiju da preispita i prema potrebi ojača Uredbu o suradnji u zaštiti potrošača[1];

9. poziva Komisiju da procijeni učinke na ovisnost i mentalno zdravlje sustava za preporučivanje koji se temelje na interakciji, posebno hiperpersonaliziranih sustava, koji korisnike zadržavaju na platformi što je dulje moguće, umjesto da im informacije služe na neutralniji način, te kojima se posebna pozornost posvećuje uslugama koje nisu obuhvaćene obvezama iz Akta o digitalnim uslugama; poziva Komisiju da dodatno pojasni procjenu rizika i ublažavanje rizika vrlo velikih internetskih platformi u odnosu na moguće štete za zdravlje koju uzrokuje adiktivni dizajn sustava za preporučivanje u provedbi članaka 34. i 35. Akta o digitalnim uslugama; nadalje poziva da se ispita je li i u kojoj mjeri „zadana” obveza nekorištenja sustavima za preporučivanje koji se temelje na interakciji poželjna te bi li se pravom o zaštiti potrošača potrošačima trebala omogućiti konstruktivna personalizacija koja bi im omogućila učinkovitu kontrolu; ističe da je iz svjedočanstava zviždača jasno da je moguće primijeniti sigurnije alternativne sustave za preporučivanje, kao što su sustavi koji se temelje na kronološkom redoslijedu, sustavi sa stvarnom kontrolom korisnika nad sadržajem ili sustavi koji se temelje na sigurnijim postavkama, ustraje na zaštiti potrošača s pomoću takvih sigurnijih alternativa, čak i ako su te alternative manje isplative za platforme društvenih medija; poziva Komisiju da istraži prilike za promicanje otvaranja infrastrukture društvenih mreža kako bi korisnici imali pristup aplikacijama trećih strana ili kako bi se izvornim sučeljima dodale vanjske funkcije, čime bi se odstupilo od izvornih i adiktivnih aspekata društvenih medija;

***Etički dizajn internetskih usluga***

10. zahtijeva da Komisija u svojoj reviziji postojećeg zakonodavstva EU-a o adiktivnom dizajnu predloži digitalno „pravo na neometanje” kako bi se osnažili potrošači tako da se sve značajke traženja pozornosti namjerno isključe i da se korisnicima dopusti da odluče aktivirati te značajke jednostavnim i lako dostupnim sredstvima, po mogućnosti uz priloženo obvezno upozorenje o mogućim opasnostima aktiviranja tih značajki sudjelovanja, nudeći potrošačima stvarni izbor i autonomiju, a da ih se pritom ne opterećuje prekomjernim informacijama;

11. potiče Komisiju da zagovara unaprijed zadani etički dizajn internetskih usluga; čvrsto vjeruje da bi se pružatelji usluga trebali odmaknuti od značajki platforme kojima se potiče usmjerenost na monopoliziranje pozornosti korisnika; poziva Komisiju da izradi popis

---

[1] Uredba (EU) 2017/2394 Europskog parlamenta i Vijeća od 12. prosinca 2017. o suradnji između nacionalnih tijela odgovornih za izvršavanje propisâ o zaštiti potrošača i o stavljanju izvan snage Uredbe (EZ) br. 2006/2004, (SL L 345, 27.12.2017., str. 1.).

dobrih primjera iz prakse u pogledu značajki dizajna koje ne stvaraju ovisnost i nisu manipulativne te da zajamči da korisnici imaju potpunu kontrolu i da na internetu mogu poduzimati svjesne i informirane radnje, a da ih se pritom ne preoptereti informacijama ili da ne podliježu podsvjesnim utjecajima; naglašava da političke mjere u tom području ne bi trebale opteretiti potrošače, posebno ranjive korisnike ili njihove zakonske skrbnike, nego ublažiti štetu koju je prouzročio adiktivni dizajn; prima na znanje najbolje prakse „promišljanja prije dijeljenja”, isključivanja svih obavijesti prema zadanim postavkama, neutralnijih preporuka na internetu, kao što su preporuke koje se temelje na kronološkom redoslijedu ili povećanoj kontroli korisnika, predodabira između aplikacija sa sučeljem u boji i sivim sučeljem ili upozorenja ako su korisnici proveli više od 15 ili 30 minuta na određenoj usluzi ili automatsko zaključavanje određenih usluga nakon unaprijed utvrđenog vremena upotrebe, posebno za maloljetnike, ili tjedni pregledi ukupnog vremena provedenog ispred zaslona, dodatno raščlanjeni po internetskim uslugama ili kampanje podizanja osviještenosti unutar aplikacija o mogućim opasnostima koje proistječu iz problematičnog ponašanja na internetu; nadalje smatra da bi se širokom upotrebom obrazovnih smjernica i planova prevencije, kao i kampanjama za podizanje osviještenosti, trebale promicati strategije samokontrole kako bi se pojedincima pomoglo da razviju sigurnije ponašanje na internetu i nove zdrave navike;

12. smatra da bi svaki odgovor na razini EU-a trebao biti usmjeren na konstruktivno savjetovanje, sudjelovanje i suradnju s dionicima i među njima, posebno sa zakonodavcima, tijelima javnog zdravstva, zaposlenima u zdravstvu, industrijom, osobito MSP-ovima, kao i regulatornim tijelima za medije, organizacijama potrošača i nevladinim organizacijama; naglašava da dionike treba poticati da surađuju na razvoju, procjeni i poduzimanju regulatornih mjera za sprečavanje i smanjenje štete povezane s problematičnim ponašanjem na internetu; poziva Komisiju da olakša konstruktivan dijalog među svim relevantnim dionicima; ističe da je potrebno osigurati odgovarajuće forume za taj dijalog;

13. naglašava znatan utjecaj koji adiktivni dizajn ima na sve pojedince, a posebno na djecu i adolescente; ističe potrebu za daljnjim istraživanjem adiktivnog dizajna, njegovih oblika i učinaka; poziva Komisiju da koordinira, omogući i financira usmjerena istraživanja te da uloži dodatne međunarodne napore u promicanje reguliranja adiktivnog dizajna na internetu u tom pogledu te potrebe za razvojem i provedbom političkih inicijativa i industrijskih standarda o integriranoj sigurnosti digitalnih usluga i proizvoda za djecu kojima se može potaknuti usklađenost s pravima djece;

°

° °

14. nalaže svojoj predsjednici da ovu Rezoluciju proslijedi Vijeću i Komisiji.