**Európsky parlament**
2019-2024

**PRIJATÉ TEXTY**

# P9_TA(2023)0459

## Návykový dizajn online služieb a ochrana spotrebiteľa na jednotnom trhu EÚ

### Uznesenie Európskeho parlamentu z 12. decembra 2023 o návykovom dizajne online služieb a ochrane spotrebiteľa na jednotnom trhu EÚ (2023/2043(INI))

*Európsky parlament*,

– so zreteľom na Zmluvu o fungovaní Európskej únie, a najmä na jej článok 169,

– so zreteľom na oznámenie Komisie s názvom Usmernenie k výkladu a uplatňovaniu smernice 2005/29/ES o nekalých obchodných praktikách podnikateľov voči spotrebiteľom (2021/C 526/01),

– so zreteľom na oznámenie Komisie s názvom Usmernenie k výkladu a uplatňovaniu smernice 2011/83/EÚ o právach spotrebiteľov (2021/C 525/01),

– so zreteľom na oznámenie Komisie s názvom Usmernenie k výkladu a uplatňovaniu smernice Rady 93/13/EHS o nekalých podmienkach v spotrebiteľských zmluvách (2019/C 323/04),

– so zreteľom na štúdiu Komisie s názvom Behavioural study on unfair commercial practices in the digital environment: dark patterns and manipulative personalisation: final report (Štúdia správania o nekalých obchodných praktikách v digitálnom prostredí: temné vzorce a manipulatívna personalizácia: záverečná správa), Generálne riaditeľstvo pre spravodlivosť a spotrebiteľov, 2022,

– so zreteľom na správu zastrešujúcej skupiny spotrebiteľskej organizácie BEUC z roku 2022 s názvom EU Consumer protection 2.0. Protecting fairness and consumer choice in a digital economy (Ochrana spotrebiteľa v EÚ 2.0. Ochrana spravodlivosti a možnosti voľby spotrebiteľov v digitálnom hospodárstve),

– so zreteľom na konzultáciu Komisie s názvom Digitálna spravodlivosť – kontrola vhodnosti spotrebiteľského práva EÚ a jej súhrnnú správu,

– so zreteľom na štúdiu výskumných služieb Európskeho parlamentu z roku 2019 s názvom Harmful internet use. Part I: Internet addiction and problematic use (Škodlivé používanie internetu. Časť I: Závislosť od internetu a problematické používanie),

– so zreteľom na správu OSN z roku 2021 s názvom Naša spoločná agenda – správa generálneho tajomníka,

– so zreteľom na svoje uznesenie z 12. marca 2009 o ochrane spotrebiteľov, najmä neplnoletých osôb, pokiaľ ide o používanie videohier[1],

– so zreteľom na nariadenie (EÚ) 2022/2065 o jednotnom trhu s digitálnymi službami (akt o digitálnych službách)[2],

– so zreteľom na návrh nariadenia, ktorým sa stanovujú harmonizované pravidlá v oblasti umelej inteligencie (akt o umelej inteligencii) (COM(2021)0206),

– so zreteľom na nariadenie (EÚ) 2016/679 o ochrane fyzických osôb pri spracúvaní osobných údajov a o voľnom pohybe takýchto údajov, ktorým sa zrušuje smernica 95/46/ES (všeobecné nariadenie o ochrane údajov)[3],

– so zreteľom na článok 24 Charty základných práv Európskej únie,

– so zreteľom na Dohovor Organizácie Spojených národov o právach dieťaťa a na všeobecnú pripomienku č. 25 (2021) k Dohovoru o právach dieťaťa v súvislosti s digitálnym prostredím,

– so zreteľom na stratégiu Komisie s názvom Lepší internet pre deti,

– so zreteľom na článok 54 rokovacieho poriadku,

– so zreteľom na správu Výboru pre vnútorný trh a ochranu spotrebiteľa (A9-0340/2023),

A. keďže v dnešnom hospodárstve založenom na pozornosti využívajú niektoré technologické spoločnosti funkcie dizajnu a systému, aby využili zraniteľnosť používateľov a spotrebiteľov s cieľom upútať ich a predĺžiť čas, ktorý trávia na digitálnych platformách; keďže mnohé digitálne služby, ako sú online hry, sociálne médiá, služby strímingu filmov, seriálov alebo hudby, online trhoviská alebo internetové obchody, sú navrhnuté tak, aby používateľov udržali na platforme čo najdlhšie, a tak maximalizovali zhromažďované údaje a čas a peniaze, ktoré tam utratia, a takisto maximalizovali ich aktivitu, angažovanosť, tvorbu obsahu, rozvoj sietí a spoločné využívanie

---

1 Ú. v. EÚ C 87 E, 1.4.2010, s. 122.
2 Ú. v. EÚ L 277, 27.10.2022, s. 1.
3 Ú. v. EÚ L 119, 4.5.2016, s. 1.

údajov; keďže to platí najmä pre služby speňažovania údajov; keďže v dôsledku toho sú mnohé online služby navrhnuté tak, aby plnili viaceré účely naraz, a to: optimalizáciu používateľských zážitkov a udržanie pozornosti používateľov, a tak boli čo najviac návykové; keďže nie všetky digitálne služby sú založené na rovnakom obchodnom modeli, takže zatiaľ čo niektoré digitálne služby sú zamerané na speňažovanie údajov a závisia od času stráveného v aplikácii s cieľom zbierať údaje a používať ich na reklamné účely, iné digitálne služby fungujú čiastočne alebo úplne na základe modelov predplatného, ktoré môžu, ale nemusia obsahovať prvky návykového dizajnu; keďže niektoré služby sú úspešné bez toho, aby sa opierali o dizajn, ktorý predlžuje čas strávený na platforme; keďže obchodný úspech a etický vývoj aplikácií sa navzájom nevylučujú; keďže pojmy „manipulatívny dizajn“, „návykový dizajn“ alebo „behaviorálny dizajn“ online služieb opisujú vlastnosti, ktoré vedú k rizikám a škodám súvisiacim so správaním vrátane foriem digitálnej závislosti, ako napríklad „nadmerné alebo škodlivé používanie internetu“, „závislosť od smartfónu“, „technologická závislosť alebo závislosť od internetu“, „závislosť od sociálnych médií“; keďže akademici sa čoraz viac zhodujú, že javy ako „závislosť od sociálnych médií“ naozaj existujú; keďže musíme preskúmať prvky zamerané na udržanie pozornosti alebo vytvorenie návykovosti, ktoré takéto správanie podnecujú, a nie médiá alebo zariadenia ako také; keďže na lepšie pochopenie základných otázok, vplyvu online služieb a potenciálnych riešení je potrebný ďalší výskum;

B. keďže digitálne služby vrátane sociálnych médií radikálne menia spoločnosť a prinášajú pozitívne účinky, ako je zvýšená efektívnosť, prepojenosť, prístupnosť a voľný čas, a umožňujú deťom a mladým ľuďom byť v spojení, učiť sa a oceňovať rôzne hľadiská a svetonázory, ako aj rozširovať si vedomosti a skúmať oblasti, ktoré ich zaujímajú; keďže aplikácie nám môžu pomôcť zvýšiť produktivitu alebo sa viac hýbať, alebo riešiť špecifické problémy, o čom svedčia dopravné, bankové alebo prekladateľské aplikácie; keďže digitalizácia a sociálne médiá zároveň predstavujú nové výzvy pre spoločnosť a vyžadujú, aby sa politiky zameriavali na riziká fyzického i duševného zdravia spojené s používaním online služieb; keďže pri všetkých zlepšeniach, ktoré do života ľudí priniesli technológie, môže mať sofistikované používanie návykových, behaviorálnych alebo klamlivých alebo presviedčacích dizajnov škodlivé dôsledky na správanie spotrebiteľov na internete, a preto je potrebné poskytnúť regulačným orgánom a výskumným pracovníkom potrebné nástroje na analýzu účinkov používania týchto platforiem;

C. keďže ľudia vo veku 16 až 24 rokov trávia na internete v priemere viac ako sedem hodín denne[1]; keďže u každého štvrtého dieťa a mladého človeka sa zistilo „problematické“ alebo „dysfunkčné“ používanie smartfónu, a teda vzorce správania odzrkadľujúce závislosť[2]; keďže z výskumu vyplýva, že problematické používanie smartfónov je čoraz rozšírenejšie a že mnohé deti sa od sociálnych médií odpoja len zriedkavo a používajú ich nepretržite počas celého dňa a bez mobilného telefónu sa cítia neisto; keďže z výskumu takisto vyplýva, že nárast problémov dospievajúcich s duševným zdravím môže súvisieť s nadmerným používaním sociálnych médií a že tlak sociálnych médií bol identifikovaný ako jedna z piatich hlavných príčin duševných ťažkostí detí; keďže mladšie skupiny obyvateľstva sú zraniteľnejšie voči psychopatologickému vývoju a škodlivé správanie a duševné poruchy, ktoré sa vyvinuli v detstve, môžu ovplyvniť priebeh ďalšieho života; keďže Svetová zdravotnícka organizácia uznáva závislosť od hrania digitálnych hier ako poruchu duševného zdravia;

D. keďže závislosť súvisiaca s používaním internetu môže vykazovať podobné vedľajšie účinky ako závislosť od návykových látok vrátane prejavov tolerancie a relapsu[3]; keďže v prípade iných návykových produktov a služieb existujú prísne právne predpisy, ktorých cieľom je predchádzať závislosti a chrániť spotrebiteľov pred ujmou; keďže problematické používanie smartfónu alebo internetu je spojené s nižšou životnou spokojnosťou a symptómami duševného zdravia, ako sú depresia, nízke sebavedomie, poruchy telesného vzhľadu, poruchy príjmu potravy, úzkosť, vysoká miera vnímaného stresu, zanedbávanie rodiny a priateľov, strata sebakontroly, nedostatok spánku a obsedantno-kompulzívne symptómy, ako je napríklad

---

1 Priemerný denný čas, ktorý používatelia trávia na internete na celom svete od 4. štvrťroka 2022 podľa veku a pohlavia, Statista, 22. mája 2023, https://www.statista.com/statistics/1378510/daily-time-spent-online-worldwide-by-age-and-gender/.

2 Lopez-Fernandez, O. a Kuss, D., *Harmful Internet Use Part I: Internet addiction and problematic use (Škodlivé používanie internetu. Časť I: Závislosť od internetu a problematické používanie*, EPRS, STOA, s. 51, https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2019/624249/EPRS_STU(2019)624249_EN.pdf.

3 Lopez-Fernandez, O. a Kuss, D., *Harmful Internet Use Part I: Internet addiction and problematic use (Škodlivé používanie internetu. Časť I: Závislosť od internetu a problematické používanie*, EPRS, STOA, s. 51, https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2019/624249/EPRS_STU(2019)624249_EN.pdf.

nutkavé nakupovanie u mladých dospelých[1]; keďže u intenzívnych používateľov digitálnych médií je dvakrát vyššia pravdepodobnosť, že budú mať problémy s duševným zdravím vrátane rizikových faktorov samovraždy a sebapoškodzovania; keďže deti a mladí ľudia sú na tieto symptómy náchylnejší; keďže poruchy duševného zdravia v detstve môžu ovplyvniť ďalší život jednotlivca; keďže nadmerné používanie internetu sa spája s problémami s každodennými povinnosťami, so zhoršujúcimi sa známkami, slabými školskými a akademickými výsledkami alebo slabým pracovným výkonom; keďže prevalencia digitálnych závislostí a ich súvislosť s príznakmi bežných duševných porúch je rastúcim problémom verejného zdravia, a preto by sa ňou mali zaoberať tvorcovia politík; keďže nato, aby boli vývoj najvhodnejších diagnostických kritérií a určenie rizikových faktorov rôznych digitálnych závislostí lepšie podložené, je potrebný ďalší výskum; keďže určité služby, produkty alebo prvky, ktoré nemusia mať vplyv na dospelých, môžu byť však vysoko rizikové, návykové alebo inak škodlivé pre deti, a to aj z dôvodu kumulatívneho vplyvu kombinácie viacerých prvkov alebo dlhodobého vplyvu v priebehu času;

E. keďže všetky online služby a produkty, ku ktorým by deti mohli mať prístup, by mali byť navrhnuté tak, aby bol v prvom rade zohľadnený najlepší záujem dieťaťa; keďže určité online služby a produkty môžu byť pre deti vysoko rizikové, návykové alebo inak škodlivé, napríklad

---

[1] Pozri tiež: Sohn, S., Rees, P., Wildridge, B., Kalk, N. J., a 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*. 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*. Front Public Health 7:127, 2019; Samra, A., Warburton, W. A., Collins, A. M., *Social comparisons*: *A potential mechanism linking problematic social media use with depression*. Journal of Behavioral Addictions, 2022; Laconi, S. et al. *Cross-cultural study of Problematic Internet Use in nine European countries,* v: Computers in Human Behavior, 84, s. 430 – 440, 2018; Lopez-Fernandez, O. a Kuss, D. *Harmful Internet Use Part I:Internet addiction and problematic use* (Škodlivé používanie internetu. Časť I: Závislosť od internetu a problematické používanie), EPRS, STOA, s. 51; Cesarina Mason, M., Zamparo, G., Marini, A., a Ameen, N.: *Glued to your phone? Generation Z's smartphone addiction and online compulsive buying,* v: Computers in Human Behavior, 136, november 2022; Learning to deal with Problematic Usage of the Internet, Revised Edition / COST Action 2023; Boer, M. *#ConnectedTeens Social media use and adolescent wellbeing*, 2022; Neophytou, E., Manwell, L.A. a Eikelboom R., *Effects of excessive screen time on neurodevelopment, learning, memory, mental health, and neurodegeneration: a scoping review* Int J Ment Health Addiction, 19, 2019, s. 724 – 744.

v dôsledku kombinovaného vplyvu viacerých prvkov alebo ich kumulatívneho vplyvu v priebehu času;

F. keďže podľa niektorých výskumov môže mať nadmerný čas strávený pred obrazovkou alebo problematické používanie vplyv na vývoj mozgu; keďže nárast problémov s používaním sociálnych médií je spojený s poruchami pozornosti, kratším udržaním pozornosti, impulzívnosťou a so symptómami poruchy pozornosti s hyperaktivitou (ADHD)[1]; keďže intenzívne používanie sociálnych médií sa spája s nižšou úrovňou sivej hmoty v určitých oblastiach mozgu, podobne ako je to v prípade iných návykových látok; keďže nadmerný čas strávený pred obrazovkou má preukázateľne potenciálny vplyv na neurologický vývoj, učenie a pamäť a sedavý spôsob života spojený s časom stráveným pri elektronických médiách prináša potenciálne zvýšené riziko predčasnej neurodegenerácie[2];

G. keďže návykový dizajn môže mať negatívny vplyv na všetkých, nielen na jednotlivcov, ktorí vykazujú problematické vzorce používania; keďže návykový dizajn sťažuje sústredenie sa na danú úlohu z dôvodu rozptyľujúcich prvkov, ako sú správy a oznámenia, ktoré neprestajne narúšajú koncentráciu ľudí; keďže návykový dizajn online služieb vedie k zvýšenému tlaku na výkon a sociálnemu tlaku byť nepretržite online a pripojený, čo zvyšuje riziko stresu a vyhorenia; keďže spotrebitelia online sú počas dňa čoraz viac vystavení informačnému preťaženiu a obrovskému množstvu zmyslových podnetov, čo môže obmedzovať ich kognitívne schopnosti, a používateľské rozhrania ponúkajú len obmedzenú kontrolu nad ich údajmi; keďže čas, ktorý ľudia trávia pozeraním na obrazovky, nie je časom stráveným fyzickou aktivitou, pohybom, pobytom vonku alebo vypnutím a relaxáciou, ktoré sú spojené s fyzickou a duševnou pohodou a zároveň sú kľúčové pre vývoj detí; keďže dospievajúci, ktorí trávia málo času elektronickou komunikáciou, sú vo všeobecnosti najšťastnejší; keďže u ľudí, ktorí na týždeň prestanú používať sociálne médiá, dochádza k výraznému zlepšeniu pohody;

H. keďže dospievajúce dievčatá trávia v priemere viac času online, na smartfónoch, sociálnych sieťach a písaním textových správ ako chlapci; keďže chlapci trávia viac času hraním hier a na elektronických zariadeniach vo všeobecnosti; keďže u dievčat je súvislosť medzi časom stráveným pred obrazovkou a zlým duševným

---

1 Boer, M. *#ConnectedTeens Social media use and adolescent wellbeing*, 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,* v Adolescents: Investigating Directionality, Child Development, 91, 4, 2020.

2 Neophytou, E., Manwell, L.A. a Eikelboom R., *Effects of excessive screen time on neurodevelopment, learning, memory, mental health, and neurodegeneration: a scoping review* Int J Ment Health Addiction, 19, 2019, s. 724 – 744.

zdravím silnejšia ako u chlapcov a pravdepodobnosť klinicky relevantnej miery depresívnych symptómov je u nich viac ako dvakrát vyššia ako u chlapcov; keďže návykové online služby sú často zamerané na neplnoleté osoby alebo prístupné deťom všetkých vekových kategórií; keďže všetky služby a produkty, ku ktorým by deti mohli mať prístup, musia byť pre ne bezpečné a zohľadňovať najlepší záujem dieťaťa;

I. keďže rozhrania niektorých digitálnych služieb využívajú podobné psychologické zraniteľnosti ako pri závislosti od hazardných hier; keďže návykové dizajnové prvky sú úmyselne zamerané na zraniteľnosti spotrebiteľov, ktorí tak trávia oveľa viac času v aplikáciách a spotrebúvajú viac, ako zamýšľajú; keďže platformy využívajú techniky gamifikácie, čo znamená behaviorálny dizajn využívajúci herné mechanizmy na odmeňovanie za splnenie úloh a poskytujúci používateľom ilúziu voľby a kontroly, pričom sú vystavení zámerne prísne kontrolovanej časovej osi;

J. keďže návykové dizajnové prvky sú často spojené s psychosociálnymi vzorcami, ktoré sú zamerané na psychologické potreby, zraniteľnosť a túžby spotrebiteľov, ako sú sociálna príslušnosť, sociálna úzkosť, strach z toho, že človek niečo zmešká (podporovaný informáciami, ktoré sú k dispozícii len dočasne, napríklad tzv. *stories*, informácia o prebiehajúcom písaní – *typing*…), sieťové účinky, nutkanie dokončiť úlohy za pochodu, aj keď prerušovane, napríklad odstránením všetkých intuitívnych podnetov na ukončenie úlohy (nekonečné posúvanie, zobrazovanie mimoriadne dôležitého obsahu na veľmi krátky čas, ktorý sa okamžite skryje potom, ako sa znovu načítajú novinky, tzv. *newsfeed*), zautomatizované hranie stanovením cieľov pre používateľov, ako sú tzv. *streaks*, a pokračovanie v hraní až do straty sebakontroly; keďže dizajnové prvky môžu byť návykové z rôznych dôvodov, ako je občasná premenlivá odmena, ktorá vedie k zvýšeniu dopamínu, podobne ako pri hracích automatoch, ako napríklad *push* notifikácie, alebo sociálna reciprocita vedúca k chemickým reakciám v mozgu, keď ľudia na jednej strane dostávajú sociálne uspokojenie, napríklad v podobe označení Páči sa mi to, a na druhej strane cítia sociálny tlak reagovať na to, čo poslali alebo uverejnili iní, napríklad potvrdením o prečítaní; keďže opísané prvky sú spojené s podrobnou personalizáciou s cieľom ovplyvniť používateľov na individuálnej úrovni, čím sa posilňujú identifikované vzorce správania a riziká; keďže deti sú voči týmto prvkom zraniteľnejšie, najmä v skorších fázach vývoja;

K. keďže moderné služby založené na údajoch stavajú spotrebiteľa do slabšieho postavenia, čo vytvára nerovnováhu síl a digitálnu asymetriu, ktoré vedú k všeobecnému stavu digitálnej zraniteľnosti v dôsledku vnútorných a vonkajších faktorov, na ktoré nemá spotrebiteľ vplyv; keďže spotrebitelia sú neustále vystavení umelej inteligencii, ktorá dokáže ľahko odhaliť a využiť ich zraniteľné miesta, a službám, ktoré pravidelne menia svoju štruktúru výberu s cieľom

maximalizovať mieru konverzie a angažovanosti; keďže to dokazuje, že pojem zraniteľnosť sa nesmie obmedzovať na „tradične chránené“ skupiny, ale musí zahŕňať všetkých spotrebiteľov;

L. keďže návykové postupy boli empiricky preskúmané a zahŕňajú dizajnové prvky, ako je „nekonečné posúvanie“, opätovné načítanie stránky „obnovenie potiahnutím“, „nekonečné automatické prehrávanie“, personalizované odporúčania, „opätovné oznámenia“, teda oznámenia na opätovné získanie pozornosti používateľov po opustení služby alebo aplikácie, „plánované prehrávanie“ v určitých okamihoch počas dňa, dizajn vedúci k „časovému zahmleniu“ spôsobujúcemu nejasné vnímanie času alebo „falošné sociálne oznámenia“ vytvárajúce ilúziu aktualizácií v používateľovom sociálnom online okruhu, pričom takéto prvky sa často spájajú s personalizovanými prvkami; keďže spotrebitelia sú nabádaní, aby na týchto platformách strávili viac času; keďže medzi ďalšími presviedčacími dizajnovými prvkami sú napríklad tlačidlo „Páči sa mi to“, „funkcie potvrdenia prečítania“, zobrazenia „píše...“, ale aj počet sledovateľov zhromaždených na platforme, farby, ktoré platformy používajú, *push* notifikácie a časové obmedzenia obsahu, napríklad dočasne dostupné príbehy; keďže mimoriadne rýchly rozvoj sociálnych médií si vyžaduje nepretržitý výskum, najmä pokiaľ ide o duševné zdravie a maloletých;

M. keďže niektoré odporúčacie systémy, ktoré sú založené na personalizácii aj na interakcii, ako sú kliknutia a označenia Páči sa mi to, môžu predstavovať dôležitý presviedčací, návykový alebo behaviorálny dizajnový prvok; keďže odporúčacie systémy môžu zároveň prispieť k funkčnosti platforiem s cieľom posilniť sociálnu interakciu, ale často je ich zámerom aj udržanie používateľov na platforme; keďže aktom o digitálnych službách sa zaviedlo niekoľko povinností týkajúcich sa transparentnosti odporúčacích systémov;

N. keďže mnohé technologické spoločnosti používajú experimentálne prehľady ako základ svojich rozhodnutí o dizajne; keďže takéto experimenty sa uskutočňujú v reálnom živote priamo na spotrebiteľoch bez ich vedomia či súhlasu; keďže nie je jasné, do akej miery takéto experimenty podliehajú ochranným opatreniam, pretože pri ich zavádzaní neexistuje dostatočná transparentnosť;

O. keďže uvedené návykové dizajnové prvky nemožno vyriešiť len zavedením časových obmedzení pre online služby, pretože tento prístup prenáša zodpovednosť na jednotlivca namiesto toho, aby riešil hlavný problém návykového dizajnu online služieb, ktoré sú motivované ziskom; keďže žiadne z „riešení“, ktoré platformy zaviedli, neviedlo k vážnej zmene alebo zníženiu využívania online služieb; keďže dospievajúci nie sú vždy ochotní akceptovať to, že rodičia im regulujú používanie sociálnych médií, a často je pre nich ľahké obísť akékoľvek technické obmedzenia; keďže opatrenia, ako je rodičovská kontrola a digitálna gramotnosť, sú doplnkom k

zodpovednosti poskytovateľov za ochranu a podporu práv detí v digitálnom prostredí, najmä prostredníctvom opatrení zameraných na zaručenie bezpečnosti už v štádiu návrhu tak, aby dizajn ich výrobkov a služieb nepoškodzoval deti; keďže výskum ukázal, že stanovenie jasných pravidiel a konštruktívna komunikácia s deťmi môže pomôcť pri prevencii závislosti od sociálnych médií; keďže digitálne služby by mali poskytnúť platformu, kde môžu rodičia a pedagógovia nájsť informácie o nebezpečenstve nadmerného používania internetu a o tom, ako o tejto problematike komunikovať s deťmi a mladými ľuďmi; keďže prebiehajú diskusie v kontexte aktuálnych nelegislatívnych iniciatív, ako sú kódex správania EÚ pre dizajn primeraný veku (ako súčasť Európskej stratégie vytvárania lepšieho internetu pre deti z roku 2022 (BIK+)), prístup Európskej komisie k duševnému zdraviu a akčný plán digitálneho vzdelávania na roky 2021 – 2027;

P. keďže články 25, 27, 28 a 38 aktu o digitálnych službách stanovujú zákaz klamlivých alebo manipulatívnych prvkov, povinnosti týkajúce sa transparentnosti a možnosti výberu, ktoré platia pre odporúčacie systémy a profilovanie, ako aj opatrenia na ochranu maloletých; keďže akt o digitálnych službách už zavádza ustanovenia proti používaniu „temných vzorcov“, no tie sa obmedzujú na architektúru výberu a ovplyvňovanie výberu, ale nerieši behaviorálny dizajn, ktorý je sám osebe návykový, navyše majú obmedzený rozsah pôsobnosti, pretože sa nevzťahujú na všetky online služby, ale len na platformy, čím sú vylúčené problematické služby, ako sú online hry; keďže cieľom horizontálneho právneho predpisu o umelej inteligencii, ktorý sa má onedlho prijať,[1] je zakázať systémy umelej inteligencie, ktoré využívajú podprahové prvky, ale vzťahuje sa len na systémy, ktoré „sú zámerne manipulatívne alebo využívajú klamlivé techniky“;

***Návykový dizajn online služieb***

1. víta kontrolu vhodnosti spotrebiteľského práva z hľadiska digitálnej spravodlivosti, ktorú iniciovala Komisia, ako jedinečnú príležitosť pripraviť pôdu pre novú generáciu právnych predpisov na ochranu spotrebiteľa, ktoré zvrátia negatívne trendy, ktoré oslabujú postavenie spotrebiteľov a obmedzujú práva spotrebiteľov vo svete, v ktorom dominujú digitálne technológie; na tento účel vyzýva Komisiu, aby v rámci tejto kontroly vhodnosti preskúmala pojmy a ich vymedzenia v spotrebiteľskom práve, napríklad vymedzenie pojmov „spotrebiteľ“, „zraniteľný spotrebiteľ“ a „obchodník“, s cieľom chrániť spotrebiteľov pred škodami a reagovať na výzvy, ktoré prináša éra dát;

---

[1] Koning, I.M., et al., *Bidirectional effects of internet-specific parenting practices and compulsive social media and internet game rules*, Journal of Behavioral Addictions 2018, 624 – 632.

2. domnieva sa, že digitálna závislosť a presviedčacie technológie sú problémy, ktoré si vyžadujú komplexnú regulačnú reakciu EÚ so súborom podporných politických iniciatív s cieľom zmysluplne riešiť digitálnu závislosť a posilniť postavenie občanov, aby mohli sami určiť, ako budú využívať digitálne služby a produkty na podporu svojich vlastných cieľov a chrániť sa pred novými formami závislosti a problematickým používaním internetu;

3. vyjadruje znepokojenie nad tým, že niektoré platformy a iné technologické spoločnosti využívajú psychologickú zraniteľnosť na navrhovanie digitálnych rozhraní v komerčnom záujme, ktoré maximalizujú frekvenciu a trvanie návštev používateľov s cieľom predĺžiť používanie online služieb a vyvolať interakciu v rámci platformy; zdôrazňuje, že návykový dizajn môže poškodiť fyzické a psychické zdravie spotrebiteľov a spôsobiť im materiálnu ujmu; vyzýva Komisiu, aby čo najskôr posúdila a prípadne odstránila existujúce medzery v právnych predpisoch, pokiaľ ide o zraniteľnosť spotrebiteľov, temné vzorce a návykové prvky digitálnych služieb;

4. zdôrazňuje, že napriek intenzívne sa vyvíjajúcemu právnemu rámcu EÚ v digitálnej oblasti, ktorý zahŕňa aj akt o digitálnych službách alebo akt o umelej inteligencii, nie je problematika návykového dizajnu v súčasných právnych predpisoch EÚ dostatočne pokrytá a ak sa nebude riešiť, mohlo by to viesť k ďalšiemu zhoršeniu v oblasti verejného zdravia, čo sa týka najmä maloletých osôb; domnieva sa, že ak sa táto téma nebude naďalej riešiť, Európsky parlament by sa mal prevziať vedenie a využiť svoje právo legislatívnej iniciatívy; vyzýva Komisiu, aby zabezpečila intenzívne a dôsledné presadzovanie všetkých existujúcich právnych predpisov v tejto oblasti s najvyššou možnou mierou transparentnosti; vyzýva Komisiu, aby na tento účel prijala potrebné usmernenia podľa článkov 25 a 35 aktu o digitálnych službách;

5. vyzýva Komisiu, aby preskúmala, aké politické iniciatívy sú potrebné, a v prípade potreby a nutnosti navrhla právny predpis na boj proti návykovému dizajnu; víta iniciatívu Komisie zabezpečiť rovnakú úroveň spravodlivosti online a offline; naliehavo vyzýva Komisiu, aby pri preskúmaní smernice o nekalých obchodných praktikách[1], smernice o právach spotrebiteľov[2] a smernice o nekalých podmienkach v spotrebiteľských zmluvách[3] – tzv. kontroly digitálnej vhodnosti – zabezpečila vysokú úroveň ochrany v digitálnom prostredí s dôrazom na riešenie rastúcich problémov súvisiacich s návykovým, behaviorálnym a manipulatívnym dizajnom online služieb

---

1 Smernica 2005/29/ES z 11. mája 2005 o nekalých obchodných praktikách podnikateľov voči spotrebiteľom na vnútornom trhu (Ú. v. EÚ L 149, 11.6.2005, s. 22).

2 Smernica 2011/83/EÚ z 25. októbra 2011 o právach spotrebiteľov (Ú. v. EÚ L 304, 22.11.2011, s. 64).

3 Smernica Rady 93/13/EHS z 5. apríla 1993 o nekalých podmienkach v spotrebiteľských zmluvách (Ú. v. ES L 95, 21.4.1993, s. 29).

a v rámci tohto preskúmania posúdila aj vymedzenie pojmov „spotrebiteľ“, „zraniteľný spotrebiteľ“ a „obchodník“ v digitálnom veku; zdôrazňuje, že je dôležité zabezpečiť účinné a jednotné presadzovanie spotrebiteľského práva s osobitným dôrazom na zraniteľné skupiny, ako sú deti;

6. pripomína, že v behaviorálnej štúdii Komisie o nekalých obchodných praktikách v digitálnom prostredí sa zistilo, že ustanovenia o transparentnosti proti temným vzorcom a manipulatívnym praktikám personalizácie zameraným na priemerných aj zraniteľných spotrebiteľov nie sú dostatočné na to, aby sa zabránilo ich negatívnym dôsledkom; vyzýva Komisiu, aby čo najskôr posúdila potrebu zakázať najškodlivejšie praktiky, ktoré ešte nie sú na čiernej listine klamlivých obchodných praktík v prílohe I k smernici o nekalých obchodných praktikách alebo v iných právnych predpisoch EÚ; pripomína, že viaceré temné vzory a manipulatívne praktiky by už mohli byť zakázané na základe zoznamu klamlivých obchodných praktík v prílohe I k smernici o nekalých obchodných praktikách; konštatuje navyše, že články 5 až 9 smernice o nekalých obchodných praktikách, ktoré sú založené na zásadách a ktoré sa týkajú odbornej starostlivosti, klamlivého opomenutia a konania a agresívnych praktík, poskytujú základ na posúdenie spravodlivosti väčšiny praktík podnikateľov voči spotrebiteľom;

7. pripomína, že v posúdení Komisie týkajúcom sa taxonómie temných vzorcov sa konštatuje, že niektoré prvky návykového dizajnu nemusia byť v súčasných právnych predpisoch zohľadnené, a to ani pokiaľ ide o nekonečné posúvanie a predvolenú funkciu automatického prehrávania; zdôrazňuje, že existujúce právne predpisy sa nevzťahujú ani na ďalšie prvky návykového dizajnu, ako sú neustále *push* notifikácie alebo oznámenia o potvrdení prečítania; pripomína, že v súvislosti s pravidlami uplatniteľnými na návykové dizajny rozhraní pretrváva právna neistota; zdôrazňuje usmernenia smernice o nekalých obchodných praktikách; zdôrazňuje, že je dôležité usmernenia aktualizovať a poskytnúť právnu istotu v súvislosti s novým technologickým vývojom; vyzýva Komisiu, aby posúdila a zakázala škodlivé návykové techniky, na ktoré sa nevzťahujú existujúce právne predpisy;

8. domnieva sa, že pri každej revízii smernice o nekalých obchodných praktikách by sa mala zohľadniť náchylnosť spotrebiteľov na nerovnaké rozloženie sily vo vzťahu medzi obchodníkom a spotrebiteľom, ktorá vyplýva z vnútorných a vonkajších faktorov, ktoré spotrebiteľ nemôže ovplyvniť; zdôrazňuje, že obchodné praktiky obchodníkov, najmä dizajn a fungovanie rozhrania, by nemali narúšať autonómiu spotrebiteľov; preto zastáva názor, že smernica o nekalých obchodných praktikách by mala zahŕňať koncepciu digitálnej asymetrie; konštatuje, že spotrebitelia aj orgány presadzovania práva často vôbec netušia, čo sa deje za rozhraniami online služieb, pretože nemajú nedostatočné vedomosti a poznatky;

vyzýva Komisiu, aby zvážila prenesenie dôkazného bremena v prípade postupov, o ktorých Komisia alebo vnútroštátne orgány zistili alebo predpokladajú, že sú návykové; domnieva sa, že podniky by mali byť povinné vyvíjať etické a spravodlivé digitálne produkty a služby bez temných vzorcov a zavádzajúceho alebo návykového dizajnu; domnieva sa, že to patrí k primeranej odbornej starostlivosti; konštatuje, že prípadná výmena výsledkov experimentačných panelov poskytovateľov online služieb a následných vplyvov na používateľov na ich platformách s orgánmi a spotrebiteľmi je nápomocná pri preukazovaní vplyvov dizajnových prvkov vrátane preukázania toho, že prvok dizajnu nie je návykový; vyzýva Komisiu, aby dôkladne preštudovala a preskúmala experimentovanie so spotrebiteľmi v tejto súvislosti; domnieva sa, že vymedzenie pojmu „rozhodnutie o obchodnej transakcii“ v smernici o nekalých obchodných praktikách sa vzťahuje aj na prípady, keď sa naďalej využíva služba (napr. rolovaním na tzv. feede), prezerá reklamný obsah alebo klikne na odkaz, ako sa uvádza v usmerneniach Komisie k smernici o nekalých obchodných praktikách; opakuje, že horizontálne spotrebiteľské právo musí reagovať na skutočnosť, že digitálna asymetria ovplyvňuje aj orgány presadzovania práva, a na tento účel vyzýva Komisiu, aby preskúmala a prípadne posilnila nariadenie o spolupráci na ochranu spotrebiteľa[1];

9. vyzýva Komisiu, aby posúdila návykové účinky odporúčacích systémov založených na interakcii a ich účinky na duševné zdravie, najmä v prípade hyperpersonalizovaných systémov, ktoré používateľov na platforme udržiavajú čo najdlhšie namiesto toho, aby im poskytovali informácie neutrálnejším spôsobom, a venovala osobitnú pozornosť službám, na ktoré sa nevzťahujú povinnosti vyplývajúce z aktu o digitálnych službách; vyzýva Komisiu, aby pri presadzovaní článkov 34 a 35 aktu o digitálnych službách ďalej objasnila posúdenie a zmierňovanie rizika veľmi veľkých online platforiem v súvislosti s potenciálnymi škodami na zdraví, ktoré môže spôsobiť návykový dizajn odporúčacích systémov; ďalej žiada, aby sa preskúmalo, či a do akej miery je žiaduca povinnosť „štandardne“ nepoužívať odporúčacie systémy založené na interakcii a či by spotrebiteľské právo malo spotrebiteľom poskytnúť zmysluplnú personalizáciu, ktorá by im umožnila účinnú kontrolu; zdôrazňuje, že z výpovedí oznamovateľov je zrejmé, že je možné používať bezpečnejšie alternatívne odporúčacie systémy, napríklad systémy založené na chronologickom poradí, systémy s väčšou skutočnou kontrolou používateľa nad zobrazovaným obsahom alebo systémy založené na bezpečnejších nastaveniach, dôrazne žiada ochranu spotrebiteľov prostredníctvom takýchto bezpečnejších alternatív, aj

---

[1] Nariadenie Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2017/2394 z 12. decembra 2017 o spolupráci medzi národnými orgánmi zodpovednými za presadzovanie právnych predpisov na ochranu spotrebiteľa a o zrušení nariadenia (ES) č. 2006/2004 (Ú. v. EÚ L 345, 27.12.2017, s. 1).

keď sú tieto alternatívy pre platformy sociálnych médií menej ziskové; vyzýva Komisiu, aby preskúmala možnosti podporovať otvorenie infraštruktúry sociálnych sietí tak, aby používatelia mali možnosť prístupu k aplikáciám tretích strán alebo pridať k pôvodným rozhraniam externé funkcie, a tak sa odchýliť od pôvodných a návykových aspektov sociálnych médií;

***Etický dizajn online služieb***

10. žiada, aby Komisia pri preskúmaní existujúcich právnych predpisov EÚ o návykovom dizajne navrhla digitálne „právo nebyť rušený“ s cieľom posilniť postavenie spotrebiteľov tým, že sa všetky funkcie, ktorých cieľom je upútať pozornosť, vypnú už v štádiu návrhu a používatelia sa budú môcť rozhodnúť, že aktivujú tieto funkcie jednoduchým a ľahko prístupným spôsobom, prípadne spolu s pripojeným povinným upozornením na možné riziká aktivácie týchto voliteľných funkcií, čím by sa spotrebiteľom ponúkol skutočný výber a autonómia bez toho, aby boli zaťažení nadmerným množstvom informácií;

11. naliehavo vyzýva Komisiu, aby podporovala štandardný etický dizajn online služieb; je pevne presvedčený, že poskytovatelia by mali upustiť od funkcií platforiem, ktoré podporujú zameranie na monopolizáciu pozornosti používateľov; vyzýva Komisiu, aby vytvorila zoznam osvedčených postupov pre dizajnové prvky, ktoré nie sú návykové ani manipulatívne a ktoré zabezpečujú, že používatelia majú plnú kontrolu a môžu na internete konať vedome a informovane bez toho, aby boli vystavení preťaženiu informáciami alebo podvedomému ovplyvňovaniu; zdôrazňuje, že politické opatrenia v tejto oblasti by nemali zaťažovať spotrebiteľov, najmä zraniteľných používateľov alebo ich zákonných zástupcov, ale mali by riešiť škody spôsobené návykovým dizajnom; poukazuje na najlepšie postupy ako „premýšľaj, kým niečo zdieľaš“, predvolené vypnutie všetkých oznámení, neutrálnejšie online odporúčania, napríklad na základe chronologického poradia alebo zvýšenej kontroly používateľa, predbežný výber medzi farebnými a sivými aplikáciami alebo upozornenia, keď používateľ strávil na konkrétnej službe viac ako 15 alebo 30 minút, alebo automatické zablokovanie určitých online služieb po vypršaní stanoveného času, najmä v prípade maloletých, možnosť obmedziť v určitých časoch prístup, najmä maloletých, k určitým aplikáciám alebo týždenné zhrnutie celkového času stráveného pred obrazovkou, ďalej rozčlenené podľa online služby, alebo osvetové kampane v rámci aplikácie o potenciálnych rizikách vyplývajúcich z problematického správania na internete; okrem toho sa domnieva, že široké využívanie vzdelávacích usmernení a preventívnych plánov, ako aj osvetových kampaní by malo podporovať stratégie sebakontroly s cieľom pomôcť jednotlivcom rozvíjať bezpečnejšie správanie online a nové zdravé návyky;

12. domnieva sa, že cieľom akejkoľvek reakcie na úrovni EÚ by malo byť vytvorenie zmysluplných konzultácií, spolupráce a súčinnosti so zainteresovanými stranami a medzi nimi a že by do nej mali byť zapojení najmä zákonodarcovia, orgány verejného zdravotníctva, zdravotnícki pracovníci, dotknuté odvetvia, najmä MSP, ako aj regulačné orgány v oblasti médií, spotrebiteľské organizácie a mimovládne organizácie; zdôrazňuje, že zainteresované strany sa vyzývajú, aby spolupracovali s cieľom vypracovať, posúdiť a prijať regulačné opatrenia na prevenciu a minimalizáciu škôd spojených s problematickým správaním na internete; vyzýva Komisiu, aby uľahčila zmysluplný dialóg medzi všetkými príslušnými zainteresovanými stranami; zdôrazňuje, že na tento dialóg treba poskytnúť vhodné fóra;

13. zdôrazňuje významný vplyv návykového dizajnu na všetkých jednotlivcov, ale najmä na deti a dospievajúcich; zdôrazňuje potrebu ďalšieho výskumu návykového dizajnu, jeho foriem a účinkov; vyzýva Komisiu, aby koordinovala, umožnila a financovala cielený výskum, a vyzýva ju, aby na medzinárodnej úrovni vyvinula ďalšie úsilie o presadzovanie regulácie návykového dizajnu na internete v tejto súvislosti a potrebu podporiť a zaviesť politické iniciatívy a odvetvové normy v oblasti bezpečnosti už v štádiu návrhu digitálnych služieb a produktov pre deti, ktoré môžu podporiť dodržiavanie práv detí;

°

° °

14. poveruje svoju predsedníčku, aby postúpila toto uznesenie Rade a Komisii.