

ОПМ

Организација на потрошувачите
на Македонија



Министерство за економија и труд

ВЕШТАЧКАТА ИНТЕЛИГЕНЦИЈА (ВИ или AI)

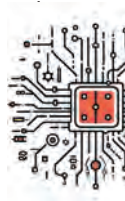


И ПРАВАТА НА ПОТРОШУВАЧИТЕ

ВЕШТАЧКАТА ИНТЕЛИГЕНЦИЈА (ВИ или AI)

И ПРАВАТА
НА ПОТРОШУВАЧИТЕ

СКОПЈЕ
ДЕКЕМВРИ 2024



СОДРЖИНА

ВОВЕД	3
1. Дали ВИ стана наше секојдневие?	3
2. Каде можеме како потрошувачи да се сретнеме со ВИ?	4
3. Куса историја на ВИ	6
4. Како се дефинира и како функционира ВИ?	7
5. Бесплатна и ВИ во платен формат	10
6. Вештачката интелигенција и правата на потрошувачите	11
7. Нови правни прописи на ЕУ за дигиталните пазари и првиот пропис за вештачка интелигенција	12
8. ВИ и правата на потрошувачите	13
9. Кои се најчестите препораки за потрошувачите кога користат ВИ?	18



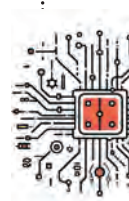
I. ВОВЕД

Има многу прашања кои ни се вртат во глава кога ќе помислиме на ВИ? На пример: Дали при пишувањето на оваа брошура е користена вештачка интелигенција? Дали тоа може да се провери? Што е тоа вештачка интелигенција? Дали користиме вештачка интелигенција без да знаеме за тоа?

Многу од нас потрошувачите не можат да ја разберат употребата и значењето на вештачката интелигенција (ВИ). Медиумите пишуваа дека Десеттата Бетовенова симфонија е завршена со помош на вештачка интелигенција во 2020 година, 250 години по смртта на композиторот (љубителите на класична музика за тоа треба да му се заблагодарат на „Дојче телеком“ кој го покренува овој проект. За тоа, беа најмени меѓународен тим музиколози, пијанистот Роберт Левин и група компјутерски стручњаци која вклучи ВИ). Читавме дека во САД, автомобилот Тесла спасил возач кој му ги дал координатите за да го однесе во болница при што со возилото не управувал затоа што изгубил свест. Постојат успешно завршени криминалистички истраги преку препознавање на сторители со помош на вештачка интелигенција, но има и неоправдано осудени поради грешки на ВИ. Вештачката интелигенција селектира работници за вработување, меѓутоа, можно е, неоправдано да исклучи цела група на работници, да дискриминира, поради податоците со кои е „нахранета“. Вештачката интелигенција се користи во медицината за дијагностицирање и терапија преку обработка на податоци за болниот и можните терапии, и ова е појава за која сè почесто слушаме. Изнајмувањето и купувањето на куќи и станове сè почесто оди преку пребарувања со ВИ. Вештачката интелигенција прави селекција според потребите на потрошувачот: број на соби, кат, локација, квалитет на градба. Се очекува ВИ во иднина да замени дел од правничката професија, ќе пресудува врз основа на обработка на голем број пресуди со слични околности, ќе напише договор врз основа на анализа на голем број исти договори и договорните норми кои предизвикале спорови на договорните страни. До каде ли ќе оди сето тоа?

1. Дали ВИ стана наше секојдневие?

Како изгледа вашето вообичаено утро? Додека сопругот или сопругата ве возат на работа, вие ги отворате вашите омилен социјални мрежи. На ФБ (Facebook) ви нудат маички со бројка од годините што ќе ги наполните овој месец, има реклами за храна на вашите домашни миленици (точно знае дека се кучиња), ви кажуваат што коментирале вашите најдобри другарки на еден пост. Се префрлате на Инстаграм и таму содржините се супер, како некој да ги избрал токму за вас. Во колата слушате музика, а плејлистата на Spotify е токму она што го сакате ова утро. Апликациите се на ваша страна. Бидејќи е гужва во со-



обраќајот, Google Maps предлага остатокот да го поминете пеш, во спротивно ќе останете заглавени и нервозни со вашиот сопруг/а во сообраќајот повеќе од 45 минути. Ја прифаќате сугестијата и за десет минути сте на работното место!

Брзиот развој на вештачката интелигенција и нејзиното секојдневно користење од страна на потрошувачите е причината за создавање на оваа брошура.

2. Каде можеме како потрошувачи да се сретнеме со ВИ?

Многу потрошувачи секојдневно комуницираат со технологиите за вештачка интелигенција, иако честопати не се потполно свесни за тој податок. Вештачката интелигенција стана интегрирана во широк спектар на уреди и услуги кои се дел од секојдневниот живот. Еве неколку вообичаени примери: **Google Search** користи техники за вештачка интелигенција за да обезбеди попатемни резултати од пребарувањето, вклучувајќи предвидувачки текст и персонализирани резултати. **Google Translate** и **DeepL** користат напредни модели на вештачка интелигенција за да обезбедат превод во реално време за повеќе јазици, поддржувајќи лична и деловна комуникација. Уредите како **Amazon Echo (Alexa)**, **Google Home (Google Assistant)** и **Apple HomePod (Siri)** користат вештачка интелигенција за разбирање гласовни команди, контрола на паметните домашни уреди и обезбедување информации. Повеќето модерни паметни телефони имаат вградени функции со вештачка интелигенција, како што се препознавање глас, подобрувања на камерата (како режим на портрет и откривање сцени) и лични асистенти (Siri, Google Assistant). Платформите како **Фејсбук**, **Инстаграм**, **Тик Ток**, **Линкдин** користат алгоритми за вештачка интелигенција за да ја персонализираат содржината што ја гледаат корисниците, што влијае на прикажувањето на објавите, рекламите и известувањата. Услугите како **Netflix**, **Spotify** и **YouTube** користат вештачка интелигенција за да препорачаат емисии, филмови и музика врз основа на она што најмногу го сакаат корисниците, според историјата на гледање. Апликациите како **Google Maps** и **Waze** користат вештачка интелигенција за да ги анализираат податоците за сообраќајот, обезбедувајќи навигација во реално време и оптимизација на маршрутата. Услугите за возење, како што се **Uber** и **Lyft**, исто така, се потпираат на вештачката интелигенција за динамични цени и усогласување на возачите со патниците. Платформите за е-трговија како **Amazon** користат вештачка интелигенција за да го анализираат однесувањето на потрошувачите, нудејќи персонализирани препораки и насочено рекламирање. Многу веб-локации и услуги користат чет-ботови напојувани со вештачка интелигенција за да се справат со барањата на клиентите, обезбедувајќи инстант одговори и поддршка. Услугите за е-пошта како **Gmail** користат вештачка интелигенција за филтрирање на спам, категоризирање на е-поштата и предлагање одговори врз основа на контекстот на пораката. Производите како што се паметните термостати (на пр., **Nest**) и паметните безбедносни системи, користат вештачка интелигенција за да ги научат навиките на корисниците и да ја оптимизираат употребата на енергија или да ја подобрат безбедноста на домот. Производите како **Ring** и **Nest** користат вештачка интелигенција за препознавање на лица и интелигентни предупредувања, нудејќи подобрени безбедносни карактеристики на домот. Вештачката интелигенција се користи во услугите за складирање фотографии како **Google Photos**, кои можат автоматски да организираат и означуваат слики врз основа на содржината и да препознаваат лица. Алатките како **Adobe**

Photoshop со функции управувани од вештачка интелигенција (на пр., свесно пополнување за содржината) и апликациите како **Canva** инкорпорираат вештачка интелигенција за да ги подобрат дизајнерските способности. Многу апликации и уреди за носење за следење на здравствената состојба, користат вештачка интелигенција за да ги анализираат податоците на корисниците и да обезбедат персонализирани здравствени препораки или предупредувања. Така, на пример, апликациите како што се **MyFitnessPal** и **Sleep Cycle** користат вештачка интелигенција за да обезбедат персонализирани увиди за здравјето и благосостојбата. Видеоигри користат вештачка интелигенција за да создадат пореални ликови и средини, како оние од **Electronic Arts** и други големи компании за игри. **Booking.com** го користиме за планирање на патувањето. Тој има мисија да им олесни на сите да го искушат светот и преку алатката **AI Trip Planner**, што се наоѓа директно на мобилната апликација **Booking.com**, да го започнат процесот на планирање патувања. Можете слободно да побарате специфична листа на планински викендички за четиричлено семејство, со клима уред и базен, **AI Trip Planner** дава препораки на брз, разговорен начин.

Сите овие производи и услуги со вештачка интелигенција одразуваат широк спектар на апликации, подобрувајќи го корисничкото искуство во различни аспекти на секојдневниот живот, од комуникација и забава до домашна автоматизација и управување со здравјето, до учење на нови јазици и други вештини. Како што гледаме, **ВИ** наоѓа примена, на пример, во здравството, земјоделството, безбедноста на храната, образованието и обуката, медиумите, спортот, културата, управувањето со инфраструктурата, енергијата, транспортот и логистиката, јавните услуги, безбедноста, правдата, ресурсите и енергетската ефикасност, мониторингот на животната средина, зачувувањето и обновувањето на биолошката разновидност и екосистемите и ублажувањето на климатските промени и прилагодувањето кон нив.

Вештачката интелигенција е технологија која многу брзо се развива и сè повеќе се користи. Статистиката од некои истражувања покажува дека **Chat GPT**, еден од најпопуларните чатботови во светот, имал 153 милиони посети во првиот месец по неговото лансирање во ноември 2022 година и достигна врв од две милијарди посети во април 2024 година.





3. Куса историја на ВИ

Како основоположник на ВИ се смета британскиот компјутерски научник Алан Тјуринг. Во 1950 година, тој го поставил прашањето „дали машините можат да размислуваат“ во својот труд „Компјутерски машини и интелигенција“. Овој труд на почетокот привлекол голем број на инвеститори. Меѓутоа, бидејќи идејата не донела брзи финансиски резултати, проектите и инвестициите во ВИ биле запрени. Во 1990-тите се забележува поголем напредок во развојот на интелигентни агенти, почетоците на машинското учење, препознавањето глас и видео, како и развојот на технологиите за пребарување. Можеби едно од најпознатите случувања во овој период е IBM шаховскиот компјутер Deep Blue кој го победи актуелниот светски шампион во шах, Гари Каспаров, во 1996 година. Големите успеси во развојот на ВИ од овој период доаѓаат од фокусирањето на посепцифични проблеми, како препознавање говор, домен графикони за специфични знаења (како шах) и создавање на пребарувачи. Исто така, успесите од овој период беа доволни за да се обезбеди продолжување на финансирањето, како јавното така и приватно. Во 2011 година, когнитивниот компјутер на IBM Watson победува човечки суштества во американското ТВ-квиз-шоу „Загрозеност“! Google, пак, демонстрираше самоуправувачки автомобили во 2012 година. Google демонстрираше уште еден чекор за разбирање на природниот јазик, првите невронски мрежи и поопшт пристап за решавање проблеми. Но, во овој период се случи и нешто пофундаментално: порастот на големите податоци (Big data) и новите пристапи кон вештачката интелигенција поблиску инспирирани од тоа како функционира мозокот. Оваа комбинација го роди новото семејство на техники, наречено длабоко учење, кое се крие зад многу од „чудата“ што ги гледаме денес. За разлика од претходните периоди на инвестирање во вештачката интелигенција, денес во ВИ вложуваат големи комерцијални субјекти кои, исто така, имаат пристап до податоците - Гугл, Фејсбук, Инстаграм, Линкдин.





4. Како се дефинира и како функционира ВИ?

Вештачката интелигенција е збир на технологии кои брзо се развиваат и кои придонесуваат за широк опсег на економски, еколошки и социјални придобивки во низа индустрии и општествени активности. Со подобро **предвидување, оптимизирање на операциите и распределбата на ресурсите и персонализирање** на дигиталните решенија достапни за поединци и организации, употребата на вештачката интелигенција може да им обезбеди на бизнисите клучни конкурентски предности и да поддржи социјално и еколошки корисни резултати.

Често си го поставувате прашањето како функционира ВИ? Некои од нас веднаш замислуваат компјутер, други робот или компјутерски кодови во дигитални производи, кои овозможуваат ВИ да функционира и да донесува одлуки без учество на човекот. Сите сме во право! Со називот ВИ се означуваат вид на компјутерски кодови кои се поврзани со голем број на податоци, и кои ги извршуваат дејствијата на сличен начин како што прават луѓето со учење од овие податоци. На малите деца за да ги научиме што е куќа или дом им покажуваме слики на куќа и им го повторуваме зборот, кога ги шетаме им покажуваме куќи и згради за живеење и им кажуваме ова е куќа, потоа тие кога ќе видат куќа знаат за што се работи. По истиот принцип, кога ВИ сакаме да ја научиме што се куќи, ѝ даваме слики на огромен број куќи, како би можела да научи што се обрасците што секогаш се повторуваат, сидови, врати, прозорци, покрив, соби, спални, кујни, дневни, бањи, мебел, што ги прави различни од другите слични објекти (деловни простории и сл.). Слично како што учи и човечкото битие. И потоа, кога и да се покаже нова слика, ВИ ќе препознае куќа за домување. Ова се нарекува машинско учење! Технолошката компанија IBM, која постои повеќе од 100 години, ја дефинира вештачката интелигенција како „вештачка интелигенција [која] користи компјутери и машини за да ги имитира способностите на човечкиот ум да решава проблеми и да донесува одлуки“.



Тоа се случува кога ви се нудат за вас потребните податоци на социјалните мрежи или омилената музика, врз основа на анализата на податоците кои веќе сте ги пребарувале, и содржините кои сте ги прелистувале, музиката која сте ја слушале. ВИ вам ви го нуди она што го сакате или посакувате. Според тоа, машинското учење е поткатегорија на вештачка интелигенција која користи научени податоци за да ги предвиди резултатите, што всушност е многу слично на човечкото учење засновано на искуство.

Генеративната вештачка интелигенција е гранка на вештачката интелигенција која се занимава со создавање оригинална содржина како што се слики, музика, текст или дури и видео. Наместо да се потпира на однапред програмирани правила или стандардни податоци, генеративната вештачка интелигенција користи алгоритми за длабоко учење и невронски мрежи за да учи од обрасците и да генерира нови, автентични резултати.

Алгоритмите се дел од секој компјутерски систем, тие се основните елементи на речиси секој дигитален артефакт – од системи за препораки за социјални медиуми, аудиовизуелни медиумски услуги (AVM) до мноштво апликации за здравје, фитнес и психолошка поддршка. На пример, корисничкиот интерфејс понекогаш бара посоефицирани и сложени алгоритамски методи кои моментално се користат во технологии како што се чет-ботови за интерфејс (eng. chatbots) - „разговорен агент кој води дијалог со својот корисник“ (UI VE Glossary), како што е Тау на Мајкрософт што умее да создава твитови како тинејџер. Обработка на јазици и сложени операции за преведување - Google Perspective, кој може да открие токсични коментари (говор на омраза), бара и посоефицирани алгоритми. Ова е случај и со бројните технологии за надзор (види: Reclaim your face, ECI), како и биометриските технологии кои моментално се користат за контрола и сузбивање на приливот на бегалци на границите на Европската Унија (Molnar).

Не грижете се ако не сте знаеле или ако не разбирате како функционира ВИ, ние припаѓаме на поголемиот дел од човечката популацијата коишто не можат да ја разберат или не ја разбираат целосно основната технологија на ВИ. Сепак, на сите нас ни е јасно и секој ден сме посвесни дека вештачката интелигенција стана составен дел на модерниот живот, подобрувајќи ја удобноста и персонализирајќи ги искуствата во повеќе домени. Вештачката интелигенција (ВИ) револуционизираше различни сектори, од здравство, финансии, до криминалистика и таа води во насока на подобрување на ефикасноста и трансформирање на повеќе позитивни искуства на потрошувачите (полесно право на избор преку алатки за пребарување на производи и услуги). Меѓутоа, со развојот на ВИ, доаѓаат значителни предизвици и грижи во однос на правата на потрошувачите. Како што технологиите за вештачка интелигенција сè повеќе се интегрираат во секојдневниот живот, императив е да се испитаат импликациите за правата на потрошувачите со цел да се обезбеди фер и правичен третман на пазарот.

Дали препознаваме во кои производи и услуги е инкорпорирана ВИ? Дали понекогаш имаме чувство дека сме дел од големиот заговор? Зборуваме за нешто и потоа на мобилниот добиваме понуда!

Вештачката интелигенција се користи од страна на јавни институции и приватни компании. Таа сериозно може да влијае на човековите слободи и права. Бројни меѓународни и нацио-

нални правни акти континуирано ја прошируваат листата на заштитени човекови права. Типичен пример за проширување на листата на човекови права и слободи се правните документи на Европската Унија. Тие значително ги проширија човековите права и слободи во областа на заштитата на потрошувачите, заштитата на интелектуалната сопственост, заштитата на природната средина, заштитата на податоците, заштитата на работничките права, а веќе се подготвуваат нови правни акти кои ќе ја прошират листата на човекови права и слободи во областите на заштита од вештачка интелигенција и алгоритамска дискриминација. Сепак, темата на нашата брошура се ВИ и потрошувачките права и ние нема да се задржуваме на оваа поширока и позначајна тема: за сите човековите права и одговорна вештачка интелигенција. Меѓутоа, автономијата на волјата како човеково право е засегната и во потрошувачките односи (оние каде што од една страна имаме потрошувач, а од другата трговец). Како што беше претходно наведено, структурата на нашето дигитално општество зависи од корисничкиот интерфејс и алгоритмите. Овие системи ги обработуваат нашите лични податоци и моделите на онлајн однесување за да обезбедат процени и да генерираат резултати. Од планирање на режимот за слабеене, до пронаоѓање поевтини производи, комплексен софтвер за препознавање лице, интерфејс и процеси водени од податоци, во голема мера влијаат на нашите одлуки и избори, а со тоа и на нашата лична автономија - степенот на активно учество во донесувањето на нашите сопствени одлуки. Иако просторот за остварување лична автономија отсекогаш бил под влијание на различни политички, економски и социјални фактори, денес овој „простор“ е заситен со „автоматизирани фактори кои имаат моќ да ги обликуваат контекстите во кои луѓето донесуваат одлуки“. Едноставно кажано, кога одлуките за вештачка интелигенција влијаат на процесот на донесување одлуки на поединецот, автономијата на тој поединец се „префрла“ на големите технолошки компании.

Прашање е дали како потрошувачи сме сосема свесни за моќта на ВИ? Дали можеме да препознаеме кога сме цел на маркетинг и за можноста овој персонализиран маркетинг да не наведе на економска одлука која ние како потрошувачи во други услови не би ја донеле. (Агресивна трговска практика на ФБ од монтирана препорака на познати доктори за помошни лековити средства за капки кои ги чистат крвните садови ги наведува луѓето со холестерол да купуваат онлајн од овој производ - статистиката за смртни случаи и позитивните искуства на наизглед реални корисници, отчукување на часовник за попуст - влијаат на одлуката за купување).

Кога сме под маркетиншки притисок на само неколку компании, ние како потрошувачи го губиме правото да бидеме информирани и правото на избор. Тоа е како некој да ве држи под непросирно своно во кое ви се на располагање само неколку понудувачи! Лажните вести можат да предизвикаат погрешно однесување и погрешни одлуки за купување, финансирање, користење на финансиски услуги!

Дали ВИ влијае на нашата приватност-лична и приватноста на домот? Кога имаме нов уред, лесно се согласуваме нашето лице да стане клуч за отворање на телефонот, лаптопот или друг електронски уред, меѓутоа треба внимателно да ги прочитаме правилата. Доколку не сме ги прочитале правилата, може да се случи нашиот лик да стане дел од големата база



на податоци кои ги складира и анализира ВИ. Камерата пред продавница или видео надзорот можат да ни помогнат да докажеме кој го земал телефонот заборавен на местото каде што сме пробале чевли, но нашите ликови може да бидат и предмет на обработка на податоците. Паметните градски камери на сообраќајниците го снимаат ликот на возачите и тие се корисни за намалување на бројот на сообраќајни прекршоци и незгоди, да се откријат криминалците, но воедно носат ризик за заштита на приватноста. Паметната кукла за деца која разговара со детето, но воедно го снима и домот и навиките на семејството, се користи и за гласовна препорака на производи. Тоа беше случајот и со интерактивната кукла, пријателката Кајла, која имаше слаб заштитен систем и овозможуваше комуникација на непознати луѓе со децата и за сознанија на непознати лица кога во куќата нема никој за да можат да извршат кражба.



5. Бесплатна и ВИ во платен формат

Многу од производите и услугите во кои е вградена ВИ ни се нудат бесплатно и ние не забележуваме како сме станале дел од играта. Кога плаќаме некој уред или услуга, обично гледаме за што ги даваме тешко заработените пари!

Вештачката интелигенција (ВИ) што им се нуди на потрошувачите може да биде достапна и во платен и во бесплатен формат, во зависност од конкретната услуга или производ.

Кога услугата е означена како „бесплатна“, тоа генерално значи дека корисниците можат да пристапат до услугата без директни трошоци. Сепак, „бесплатните“ услуги може да заработат преку алтернативни средства, како што се прикажување реклами, собирање кориснички податоци за истражување или маркетинг или нудење купувања во апликација. Примерите вклучуваат основни верзии на апликации напојувани со вештачка интелигенција, како што се chatbots, виртуелни асистенти или некои онлајн алатки за уредување слики и генерирање содржини кои обезбедуваат основни функционалности без трошоци.

Некои услуги за вештачка интелигенција им наплаќаат на корисниците за пристап. Ова може да вклучува претплати за премиум верзии на апликации за вештачка интелигенција, модели за плаќање по употреба или еднократни трошоци за купување уреди што користат технологија за вештачка интелигенција. На пример, услугите за вештачка интелигенција базирани на облак (icloud), напредните модели на машинско учење, може да бараат претплата, додека одредени софтверски апликации (како напредни гласовни асистенти или алатки за обработка на јазици) може да понудат бесплатни основни верзии, но наплаќаат за понпредни функции.

6. Вештачката интелигенција и правата на потрошувачите

Оваа брошура ја вкрстува вештачката интелигенција со правата на потрошувачите. **Вештачката интелигенција** постепено се уредува со нови правни прописи, меѓутоа, до донесувањето на специфични прописи, во многу области на ВИ се применуваат генералните правни прописи, оние, на пример, за интелектуална сопственост, како и самото потрошувачко право, но и секторски специфични правила, на пример, за безбедност на играчките. Правата на потрошувачите се гарантираат во правните прописи кои го сочинуваат потрошувачкото право. **Потрошувачкото право** е посебна правна дисциплина која ги регулира односите во кои едната страна е секогаш потрошувач, а другата е трговец (*ratione personae*). Потрошувач е физичко лице кое стекнува стока или користи услуга која не е за негова трговска, деловна, занаетчиска или професионална дејност. Потрошувачот се смета за недоволно информирана страна во однос на трговците. Правото ја препозна потребата на посебен начин да се регулира правната заштита на физичките лица во однос на трговците и да се наметнат поголеми обврски на трговците кога тие нудат или продаваат производи и услуги на физички лица потрошувачи. На меѓународно ниво, значајно е што на 9 април 1985 година, Генералното собрание на Обединетите нации ја усвои Резолуцијата 39/248, која го вклучи Водичот за заштита на потрошувачите на Обединетите нации (UNGCP). Водичот ги дефинира основните права на потрошувачите: 1) **Право на безбедност на стоки и услуги**; 2) **Право на целосна, вистинита и навремена информација**; 3) **Право на избор на стоки и услуги**; 4) **Право на потрошувачите да се слушне нивниот глас**; 5) **Право на остварување на основните животни услови и потреби**; 6) **Право на надомест на штета**; 7) **Право на образование** и 8) **Право на здрава животна средина**.

Во рамките на Европската Унија постојано се градат политики за ефикасна и ефективна заштита на правата на потрошувачите и се подобрува правната рамка за заштита на правата на потрошувачите. Новините во правните прописи на Европската Унија, која има најразвиен систем на заштита на правата на потрошувачите, се имплементирани и во македонскиот Закон за заштита на потрошувачите од ноември 2022 година (ЗЗП).

Кои се тие правила кои се содржани во новите правни прописи на ЕУ за заштита на потрошувачите и коишто се имплементирани во нашиот ЗЗП? Овие правила доведоа до низа новини насочени кон подобра заштита на потрошувачите и тоа: зголемена транспарентност на онлајн продажниот простор; појавување на пребарувач врз основа на платено позиционирање (*sponsored*); забрана за бришење на негативни коментари; доказ дека потрошувачите кои коментираат навистина купиле одреден производ или користеле услуга; исти права за потрошувачите кои плаќаат цена и за оние кои добиваат таканаречени „бесплатни услуги“,



или за замена за лични податоци добиваат дигитални услуги; запознавање на потрошувачите со критериумите за рангирање на понудите; транспарентност на прегледот на потрошувачите; правила за известување за персонализирани цени; забрана за препродажба на билети за настани купени преку ботови; точни податоци за реално намалување на цената; надомест на штета за жртвите на нечесни трговски практики; поефективни казни за прекугранични прекршоци; борба против двојниот квалитет на стоките за широка потрошувачка; подобра заштита од нечесни трговски практики при продажба надвор од деловните простории на трговецот; зголемено време на законското гарантирање за материјалните и правните својства на стварите и услугите, посебни правила за сообразност и комерцијални / трговски гаранции; регулирање на снабдувањето на потрошувачите со дигитални содржини и услуги; одговорност на чуварите на порти на големите платформи за понудите на производи и услуги во рамките на дигиталните пазари и др.

7. Нови правни прописи на ЕУ за дигиталните пазари и првиот пропис за вештачка интелигенција

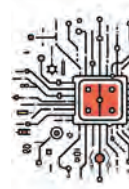
Истражувањата во ЕУ и дебатите за „мрачните обрасци“, „зајачки дупки“, персонализираното рекламирање и другите практики на користење податоци, за кои се смета дека влијаат на правата на потрошувачите, како последица на обработка на големи дигитални датотеки, резултираа со усвојување на Регулативата (ЕУ) 2022/1925 на Европскиот парламент и на Советот на 14 септември 2022 година за **конкурентни и чесни (фер) пазари во дигиталниот сектор** и измените на директивите (ЕУ) 2019/1937 и (ЕУ) 2020/1828 - Закон за дигитални пазари (DMA) и Регулативата (ЕУ) 2022/2065 на Европскиот парламент и Советот од 19 октомври 2022 година за единствениот пазар за дигитални услуги и за измената на Директивата 2000/31/ЕЗ - Закон за дигитални услуги (DSA). По овие прописи следеше и донесување на таканаречениот Закон за вештачка интелигенција или **Регулативата на Европскиот парламент и Советот 2024/1689 ЕУ за вештачка интелигенција од 13 јуни 2024** (Regulation (EU) 2024/1689 of the European Parliament and of the Council of 13 June 2024 laying down harmonised rules on artificial intelligence and amending Regulations (EC) No 300/2008, (EU) No 167/2013, (EU) No 168/2013, (EU) 2018/858, (EU) 2018/1139 and (EU) 2019/2144 and Directives 2014/90/EU, (EU) 2016/797 and (EU) 2020/1828 (**Artificial Intelligence Act**)). Оваа Регулатива е првата правна рамка за вештачката интелигенција, која се однесува на ризиците од вештачката интелигенција и ја позиционира Европа како водечка на овој план на глобално ниво. Регулативата за вештачка интелигенција 2024/1689 ЕУ со која се утврдуваат хармонизирани правила за вештачка интелигенција им обезбедува на развивачите и на дистрибутерите на вештачка интелигенција јасни барања и обврски во врска со специфичните употреби на вештачката интелигенција. Во исто време, Регулативата има за цел да ги намали административните и финансиските оптоварувања за бизнисот, особено за малите и средните претпријатија. Регулативата за вештачка интелигенција 2024/1689 ЕУ е дел од поширок пакет мерки за политика за поддршка на развојот на доверлива вештачка интелигенција кој, исто така, ги вклучува и Пакетот за иновации за вештачка интелигенција и Координираниот план за вештачка интелигенција. **Заедно, овие мерки ја гарантираат безбедноста и основните права на луѓето и бизнисите кога станува збор за вештачката интелигенција.** Тие, исто така,

го зајакнуваат прифаќањето, инвестициите и иновациите во вештачката интелигенција низ ЕУ. Регулативата за вештачка интелигенција 2024/1689 ЕУ е првата сеопфатна правна рамка за вештачка интелигенција ширум светот. Целта на новите правила е да се **поттикне одговорна и доверлива вештачка интелигенција во Европа и пошироко, преку обезбедување дека системите за вештачка интелигенција ги почитуваат основните права, безбедноста и етичките принципи и со справување со ризиците од многу моќни и влијателни модели на вештачка интелигенција.** Регулативата е правен пропис кој се применува директно во националните правни системи на земјите членки на ЕУ, меѓутоа земјите кандидати ќе ги применуваат овие правила по влегувањето во ЕУ. Овие правни прописи сè уште не се имплементирани во нашето домашно законодавство. Во нашата држава нема специфични правни прописи за ВИ, ниту стратегија за користење на вештачката интелигенција.

Постојат и етички принципи за ВИ. **Седумте етички принципи** се востановени од страна на Европската комисија во Етичките насоки за сигурна и доверлива ВИ од 2019 година и тие вклучуваат: **1. Човечко делување и надзор:** вклучувајќи човечки надзор за почитување на темелните вредност и основните човекови права, човечко дејствување и човечки надзор на функционирањето на ВИ; **2. Технички бариери и безбедност:** вклучувајќи бариери и безбедносни мерки од напад, резервен план за чување на општата безбедност, точност, доверливост и повторливост; **3. Заштита на приватност и управување со податоци:** вклучувајќи го и почитувањето на приватноста, квалитетот и интегритетот на податоците и пристапот до податоците; **4. Транспарентност:** вклучувајќи можност за следење, објаснување и комуникација; **5. Различност, недискриминација и правичност:** вклучувајќи избегнување на неправедна пристрасност, пристапност, универзален дизајн и учество на засегнатите страни; **6. Благосостојба на општеството и животната средина:** вклучувајќи одржливост и соодветност на животната средина, општествените ефекти, општеството и демократијата; **7. Одговорност:** вклучувајќи можност за проверка, намалување на негативните ефекти и известување за нив, постигнување на компромиси и овозможена правна заштита.

8. Вештачката интелигенција и правата на потрошувачите

Каков е односот на ВИ и правата на потрошувачите? Овој однос не е едноставен, ВИ може да има и позитивни и негативни ефекти врз потрошувачите и бизнисите, во зависност од тоа како е дизајнирана, распоредена и регулирана. Вештачката интелигенција го подобрува искуството на потрошувачите преку презентирање на производи кои се усогласени со нивните вкусови и преференции. Системите за вештачка интелигенција можат да го проценат квалитетот на производите врз основа на повратните информации од потрошувачите. Ова им помага на компаниите брзо да ги идентификуваат проблемите со квалитетот и да направат подобрувања. Вештачката интелигенција им заштедува време на потрошувачите и финансиски ресурси и преку автоматизацијата обезбедува забрзано донесување на исправни одлуки (на пример, користење на програми за споредување цени, квалитет, близина на продажни места.) Брзото идентификување на проблемите и следењето на трендовите, на компаниите им овозможува побрзо да одговорат на промените на пазарот, а потрошувачите да добијат побезбедни, квалитетни и модерни производи. Компаниите можат да користат увид од повратните информации од потрошувачите за постојано да го подобруваат квалитетот



на производот. Вештачката интелигенција обезбедува сознанија засновани на огромен број податоци за да им помогне на потрошувачите да донесат информирани одлуки во врска со производите и услугите. Напредувајќи со огромна брзина, вештачката интелигенција управувана од податоци дава огромно ветување за благосостојбата на потрошувачите, преку персонализирање на производите и услугите, оптимизирање на поддршката за клиентите и решавање на споровите преку интернет. На пример, доколку пред ВИ сте требале да патувате на некоја дестинација, информациите за сместувањето, рестораните, културно-историските места, уметничките настани, сте можеле да ги добиете единствено од пријатели кои патувале или туристички водичи отпечатени на неколку јазици. Денес, ВИ овозможува многу брзо пред да патувате да се стекнете со знаење или во реално време да ви препорача ресторан, продавница или она што вие сакате да го посетите и на јазик кој најдобро го разбирате.

Вештачката интелигенција сепак има и потенцијал, под одредени услови, да им наштети на потрошувачите, тие да донесат непромислени одлуки под влијание на нечесна трговска практика што ја создава ВИ. Вештачката интелигенција може да се користи за да се направат темни образци (манипулација на потрошувачите при донесување одлуки што можеби инаку не би ги донеле). Кога ова го прави ВИ, која располага со голема база податоци, го прави поефективно и пософистицирано, што значи дека на потрошувачите може да им биде потешко да сфатат дека се манипулирани, подложени на нечесни трговски практики. Вештачката интелигенција може, на пример, да се користи за да се генерираат повеќе лажни критики, побрзо, кои се поубедливи од кога било. Таа може да создава лажен виртуелен свет со слики, звуци, доживувања кои влијаат на сите сетила на потрошувачите. Нечесната трговска практика овозможена од вештачката интелигенција може да се користи за да се поттикнат потрошувачите да се вклучат во несакано однесување или да ги измамат охрабрувајќи ги да донесуваат одлуки на начин што ја поткопува и нарушува нивната автономија, одлучување и слободен избор. Пуштање на пазарот, ставање во употреба или користење на одредени системи за кориснички интерфејс со цел или ефект на значително нарушување на човековото однесување, каде што е веројатно дека ќе дојде до значителна штета, особено онаа што има доволно големи негативни ефекти врз физичкото или психолошкото здравје или финансиските интереси, се особено опасни и затоа треба да бидат забранети. На пример, постојаното изложување на реклами за видеоигри насочено кон децата како ранлива група, може да предизвика еден вид на зависност од виртуелниот свет и неспособност за вклучување во реалниот, учење и подготвување на лекции, дружење со врсници. Старите лица како ранлива група, доколку, на пример, се изложени на агресивни трговски практика за помошни лековити средства, можат да се решат за купување без воопшто тоа помошно лековито средство да им е потребно или корисно. Насочени реклами преку лажни видеа од познати лекари, отчукување на часовникот за попуст, видеа за болести и смрт ако не се зема „лекот“, лошо делуваат на психата на оваа ранлива категорија.

Подемот на технологиите со вештачка интелигенција, како што се чет-ботови, фалсификати и гласовно клонирање, игри со фотографии или видеа што делуваат прилично реално, го олесни ширењето дезинформации од кога било порано. Овие технологии го нагризуваат вниманието и создаваат лажна доверба во презентираниите информации, што им отежнува на потрошувачите да ја препознаат вистината.

Можете да замислите колку би било штетно ВИ да се користи во политички или воени цели!

Европската комисија во мај 2024 година покренала постапка против Мета, компанијата која стои зад Фејсбук и Инстаграм, поради сомневање дека постапуваат против правните прописи на ЕУ. Во соопштението на Европската комисија се објаснува дека постапката против Мета се однесува на утврдување дали компанијата ги исполнила своите обврски од Законот за дигитални услуги (DSA) во однос на проценувањето и намалувањето на ризиците предизвикани од дизајнот на онлајн интерфејсот на Facebook и Instagram, кој може да ги искористи слабостите и неискуството на малолетниците и предизвикуваат зависно однесување и/или го засилуваат „ефектот на зајачка дупка“.



Како што се наведува во соопштението на Советот на ЕУ, ЕК е загрижена дека системите на Фејсбук и Инстаграм, вклучувајќи ги и нивните алгоритми, можат да поттикнат зависност во однесувањето на децата, како и да го развијат таканаречениот „ефект на зајачка дупка“, т.е. појавата дека апликацијата ги преплавува корисниците со слична содржина доколку покажат интерес за одредена тема. Ваквата процена, се истакнува, е неопходна за сузбивање на можните ризици за остварување на основното право на физичка и ментална благосостојба на децата, како и за почитување на нивните права. Постапката се однесува и на усогласување на компанијата Мета со барањата на Законот за дигитални услуги во однос на мерките за ублажување за спречување на малолетниците да пристапат до несоодветна содржина, особено алатките за проверка на возраста што ги користи Мета, кои „може да не се разумни, пропорционални и ефективни“. Исто така, постапката се однесува на тоа дали Мета ги исполнила обврските од Законот за дигитални услуги за воведување соодветни и

пропорционални мерки за обезбедување на високо ниво на приватност, безбедност и заштита на малолетниците, особено во однос на стандардните поставки за приватност на малолетниците во рамките на дизајнирањето и функционирањето на нивниот систем за препораки.

Интересна е и постапката која во САД ја водеше Федералната трговска комисија (FTC) против компанијата Rite Aid. Гигантот на аптеките Rite Aid склучил договор со две не многу познати компании за да ја изгради својата база



на податоци за препознавање лица, составена од таканаречени лица од интерес - клиенти за кои се верува дека во продавниците на Rite Aid извршиле или се обиделе да извршат кривично дело - и ја наполнила не само со нивните слики, туку и со нивните имиња и други информации како година на раѓање и податоци за криминалната историја. Федералната трговска комисија забрани Rite Aid да користи технологија за препознавање лица на пет години поради употребата на пристрасен систем кој лажно обвинуваше многу обоени луѓе за кражба во продавници. FTC ѝ наложи на компанијата Rite Aid да престане да користи препознавање лица и други технологии за биометриско следење и да ги избрише сите собрани податоци, слики, алгоритми и производи развиени од тие податоци. Ова не е лесно како бришење на податоци од компјутер. Откако моделот со вештачка интелигенција, како што е препознавање лице, ќе се обучи на податоци, тие информации трајно се кодираат во внатрешноста на моделот на непросирен начин. Бидејќи бришењето или отстранувањето на целиот модел во моментот е единствениот сигурен начин за отстранување на податоците, Rite Aid изгуби скапа инвестиција. Моделите како нивниот обично чинат милиони за да се развијат. Ова треба да послужи како пример, другите компании кои користат вештачка интелигенција однапред да воспостават одговорни принципи на управување и инженерски практики.

Општо прифатено е дека оние кои создаваат ВИ треба да си постават две клучни прашања: „Можам ли да го направам ова?“ и „Дали треба да го направам ова?“ затоа што ова се две многу различни прашања, при што второто треба да биде одлучувачко. И уште едно многу битно правило за компаниите кои создаваат ВИ: „Кажете го она што го правите и правете го она што го кажувате“. Повеќето форми на машинско учење што се среќаваат во бизнисот се „надгледувани“. Ова значи дека треба да им покажете на алгоритмите примери за тоа како изгледа добро или лошо (овие податоци имаат означени карактеристики што го дефинираат значењето на податоците), а системот потоа може повторно да го примени она што го научил во новите збирки на податоци. Пример може да биде идентификување на сегменти на потрошувачи врз основа на примерок од нивните социјални медиуми и податоци за купување, или барање грешки во главните податоци што се користат за планирање. Ако има многу достапни податоци, тогаш постојат алгоритми кои можат да учат без надзор или етикетирани примери. Тие обично се користат за да се пронајдат структури или карактеристики во збирките на податоци преку кои ниту едно човечко суштество не може да се пробие. На пример, пребарување на слики на социјалните медиуми и анализа на податоците од сензорите од синџирот на снабдување со овозможен IoT.

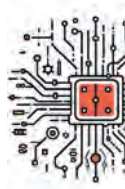
Она што мора да им биде јасно и на компаниите-трговците и на потрошувачите е дека и тогаш кога зборуваме за производи и услуги кои во себе имаат ВИ или се базираат на ВИ, повторно важат старите правила од постоечките правни прописи и примената на добрите обичаи, однесувањето *bona fide*. На овие односи во кои е вклучена ВИ, се применуваат истите правни прописи кои се однесуваат на заштита на податоците; потрошувачкото право во целост, и хоризонталното и секторското; особено правилата за нечесна трговска практика кои ги забрануваат измамничките и агресивните однесувања; за ништовност на нечесни договорни одредби; прописите кои овозможуваат потрошувачите да бидат обештетени; за неважност и ништовност на договорите; правилата на заштита од нелојална конкуренција; антимонополското право.

Правилата за давање на основните информации, транспарентност или сообразност мора да се прилагодат на ВИ затоа што трговците не можат да ги дадат сите податоци бидејќи со ажурирање, производот или услугата постојано добиваат во квалитет и модалитети!

Ајде да ги погледнеме правата на потрошувачите низ призмата на ВИ!

1. Право на безбедност на стоките и услугите и вештачката интелигенција: Ова право подразбира дека производите наменети за потрошувачит мора да бидат безбедни кога се пуштаат на пазар, се ставаат во употреба или се користат, особено поради остварување и заштита на јавниот интерес, заштита на здравјето на потрошувачите, животните и растенијата и заштита на животната средина и природата. ВИ може да ја подобри безбедноста на производите за широка потрошувачка, како што се автоматски управуваните автомобили или паметните домашни уреди. Програмерите на вештачка интелигенција се одговорни за безбедноста на нивните податоци и на нивните модели. **Како да бидете безбедни кога користите ВИ:** Имплементирајте сложени механизми за потврдување дека вие го користите уредот или услугата (лозинки за влез), потврдете го идентитетот со повеќе фактори (лозинка од бројки букви и знаци, плус вашиот прст, зеница на око, доколку давате чувствителни податоци) и дефинирајте ги корисничките улоги со специфични дозволи и ограничувања. Исто така, редовно ажурирајте ги овие контроли и следете ги промените, за да се приспособите на развојните безбедносни закани. Неовластениот пристап, прекршувањето на податоците и злоупотребата се уште поопасни за потрошувачите кога е вклучена вештачката интелигенција. И за чувствителните информации кои стануваат небезбедни, компаниите треба да одговараат. Чувствителни податоци се, на пример, гласовите на децата, видеото и биометриката на лицето и ДНК. Чувствителните податоци претставуваат висок ризик за поединците, а деидентификацијата или нивоата на анонимизација не ги решаваат сите проблеми. На компаниите со вештачка интелигенција им требаат приспособени пристапи за деидентификување. Кога системот за вештачка интелигенција ќе откаже или ќе доведе до настанување на штета, утврдувањето на одговорноста може да биде сложено. **Потрошувачите мора да бидат уверени дека производите што ги користат се безбедни, а компаниите треба да бидат одговорни за функционирањето и доверливоста на системите за вештачка интелигенција.**

2. Право да се биде информиран: Ова право е право потрошувачот да добие вистинита, целосна и навремена информација. Со способноста на вештачката интелигенција да го анализира однесувањето и преференциите на потрошувачите, бизнисите често поседуваат огромни количини на податоци за нивните клиенти. Овој капацитет може да доведе до персонализирани маркетинг стратегии кои, иако се корисни, можат, исто така, да манипулираат со изборот на потрошувачите. **Транспарентноста за тоа како функционираат алгоритмите за вештачка интелигенција и како се користат податоците за потрошувачите е од суштинско значење.** Компаниите мора да објават информации за тоа како се донесуваат одлуките и да се погрижат потрошувачите да бидат информирани за алгоритмите кои влијаат на нивниот избор (ознака за спонзорирани или платени рангирања, рецензии). Во рекламирањето и брендирањето, компаниите кои продуцираат ВИ не смеат да претеруваат кога тврдат што може да направи нивниот модел. Трговците не смеат да тврдат дека производите им се потпираат на вештачка интелигенција ако не се потпираат на ВИ. Трговците



не смеат да тврдат дека ВИ има способности што ги нема или дека нивниот производ со вештачка интелигенција е подобар од производ што не е ВИ, доколку немаат сигурно независно истражување во поткрепа на тврдењето. На пазарот се нудат услуги кои даваат лажни тврдења, вклучително и оние кои тврдат дека можат со сигурност да откријат содржина генерирана од вештачка интелигенција. Компаниите кои користат вештачка интелигенција мора внимателно да ги разгледаат нивните јавни тврдења околу вештачката интелигенција - тие тврдења мора да бидат искрени и точни.

3. Право на избор: Ова право на потрошувачите преставува можност за избор помеѓу повеќе стоки и услуги според прифатливи цени и со соодветен квалитет. Отворените пазари, слободната конкуренција, како и прописите против монополските однесувања одат во прилог на обезбедување на правото на избор на потрошувачите. Подемот на вештачката интелигенција може да доведе до концентрација на моќ меѓу неколку технолошки гиганти, потенцијално ограничувајќи ги изборите за потрошувачите. Алгоритмите можат да создадат комори за ехо, покажувајќи им на потрошувачите само тесен круг на производи или услуги врз основа на нивното претходно однесување. За да се зачува правото на избор, регулаторните рамки мора да ја поттикнат конкуренцијата и да ги спречат монополските практики, обезбедувајќи потрошувачите да имаат пристап до различни опции.

4. Право на потрошувачот да биде слушнат, да се чуе гласот на потрошувачот и право на надомест на штета: Бидејќи системите за вештачка интелигенција често носат одлуки без човечка интервенција, за потрошувачите станува клучно да имаат средства за решавање на поплаките и споровите. Мора правните прописи да обезбедат ефективна и ефикасна заштита на правата на потрошувачите и можност потрошувачите да можат да укажат на проблемите кои настануваат во однос на одлуките водени од вештачката интелигенција. Ова е од витално значење за одржување на довербата на потрошувачите. Исто така, потрошувачите мора да имаат можност да покренат постапки за надомест на штета доколку производитите во кои е вградена вештачката интелигенција или услугите преку кои користеле вештачка интелигенција им причиниле штета.

Можеби најголема грижа поврзана со користењето на вештачката интелигенција е прашањето на **приватноста на потрошувачите**. Огромното собирање податоци (big data) е неопходно за функционирање на вештачката интелигенција. Ова носи низа прашања и предизвикува загриженост за тоа како се постапува со личните информации. Потрошувачите имаат право да знаат кои податоци се собираат, како се користат и со кого се споделуваат. Построгите регулативи и подобрените закони за заштита на личните податоците се клучни за заштита на приватноста на потрошувачите во современото доба во кое сè повеќе доминираат технологиите на вештачката интелигенција.

9. Кои се најчестите препораки за потрошувачите кога користат ВИ?

Како и во реалниот свет, прочитајте ги и малите букви! Не кликајте веднаш „се согласувам“ без да го прочитате текстот!

Имајте предвид дека ВИ не е секогаш неутрална и непристрасна, таа може да се заснова на погрешни податоци или на пристрасни податоци! Бидете внимателни! Дали стои пла-

тено и спонзорирано кога е во прашање рангирањето на објавата или рецензијата на потрошувачот!

- **Потрудете се да ја разберете алатката за вештачка интелигенција:** Колку и да ви изгледа како невозможна мисија, пред да користите кој било систем со вештачка интелигенција, одвојте време за да разберете како функционира. Прочитајте ја документацијата и сите достапни податоци што ја објаснуваат целта, способностите и ограничувањата на вештачката интелигенција.
- **Прегледајте ги политиките за приватност:** Секогаш прегледувајте ја политиката за приватност на алатката или платформата за вештачка интелигенција што ја користите. Овој документ треба да објасни кои податоци се собираат, како се користат и како се споделуваат.
- **Проценете ги практиките за собирање податоци:** Бидете свесни за тоа какви лични информации бара технологијата за вештачка интелигенција. Ако бара повеќе податоци отколку што е потребно, размислете дали сакате да се вклучите.
- **Проверете дали ВИ се карактеризира со транспарентност:** Некои системи за вештачка интелигенција нудат функции за транспарентност што ви овозможуваат да разберете како се донесуваат одлуките. Побарајте алатки кои го објаснуваат размислувањето и податоците што служат за информирање кога ВИ носи одлуки.
- **Побарајте согласност и контрола:** Осигурете се дека давате информирана согласност за сите податоци што вештачката интелигенција ги собира. Доколку е применливо, побарајте опции за контрола на вашите податоци, како што се нивно уредување или бришење.
- **Користете опции за анонимност:** Кога е можно, користете алатки за вештачка интелигенција што ви дозволуваат да останете анонимни или кои не бараат лични информации за нивните функционалности.
- **Бидете свесни за можните грешки и пристрасноста:** Разберете дека системите за вештачка интелигенција можат да бидат пристрасни. Информирајте се за можните грешки во специфичната алатка за вештачка интелигенција што ја користите и како тие можат да влијаат на резултатите.
- **Барајте етички стандарди:** Истражувајте дали организацијата која стои зад вештачката интелигенција поддржува етички практики на вештачка интелигенција. Некои организации се придржуваат до етички рамки кои можат да обезбедат дополнителна заштита за корисниците.
- **Монитор за неовластена употреба:** Внимавајте на тоа како системот за вештачка интелигенција ги користи вашите податоци и резултатите што ги произведува. Внимавајте на какви било неочекувани или неовластени употреби на вашите информации.
- **Учете за вашите законски права:** Запознајте се со вашите права во врска со заштитата на податоците и приватноста, вклучувајќи ги законите како што се Општата регулатива



за заштита на податоците (GDPR), Законот за заштита на личните податоци на нашата држава или ЗЗП.

- **Вклучете се во механизми за повратни информации:** Ако платформата за вештачка интелигенција обезбедува канали за повратни информации, користете ги за да пријавите проблеми или грижи во врска со приватноста или користењето податоци.
- **Останете информирани за регулативите за вештачка интелигенција:** Бидете добро информирани за сите нови регулативи или упатства во врска со ВИ и приватноста на податоците што може да влијаат на вашите права како потрошувач.
- **Побарајте правен совет кога е потребно:** Ако мислите дека вашите права се повредени, размислете да побарате правен совет за да ги разберете вашите можности за преземање на правни дејства, потрошувачки приговор или тужба. Побарајте совет во Агенцијата за заштита на лични податоци, во Министерството за економија или во Организацијата на потрошувачи на Македонија (ОПМ).
- **Сите треба да внимаваме - потрошувачите, трговците, надзорот и регулаторите:** Научната фантастика може да стане стварност. Човечкиот надзор, етиката и грижата мора да бидат на највисоко ниво. Човековите права во најширока смисла на зборот мора да се почитуваат.

Компаниите треба да усвојат етички принципи и кодекси на однесување за вештачка интелигенција кои ќе дадат приоритет на транспарентноста, правичноста, одговорноста и почитувањето на човековите права и правата на потрошувачите. Редовните ревизии на алгоритмите за вештачка интелигенција можат да помогнат да се обезбеди усогласеност со овие принципи, на крајот поттикнувајќи ја довербата на потрошувачите во технологиите за вештачка интелигенција.

Во нашата држава нема посебни правни прописи за вештачката интелигенција. Во постапка е донесување на Стратегија за ВИ. Како потрошувачи треба да знаеме дека ЗЗП и Законот за заштита на лични податоци обезбедуваат заштита и во светот на технологиите каде што се користи вештачката интелигенција. Трговците мораат да водат сметка за потрошувачките права и постојано да ги обезбедуваат. Информираноста се обезбедува преку транспарентноста и достапност на сите информации. Правото на избор значи дека ВИ не смее да се користи за маркетинг кој ќе може да се вброи во измамничка или агресивна трговска практика. Сообразноста важи и за производи и услуги кои користат ВИ. Пристапот до правда и можност да се заштити потрошувачот од повреда на потрошувачките права мора секогаш да биде обезбеден.

И на крајот да завршime како и на почетокот! Дали за една година нашиот живот во декември ќе звучи вака:

Сири, Алекса, јас одам на работа! Исклучете го греењето, вклучете го во 15 часот, роботот правосмукалка вклучете го во 14 и секако машината за перење! Заклучете, и вклучете го алармот и безбедносниот систем на куката и камерите. Само готвачот за леб го програмираат да заврши во 16 и 30. Влегувате во нов автоуправувачки автомобил Тесла, избирате коор-

динати и го пуштате самиот да управува! Вие прегледувате кои состаноци ви се закажани преку вашиот мобилен уред. Проверувате преку апликација за билетите за концертот на кој сакате да одите следниот месец во странство, добивате препорака за рент-а-кар, сместување и најдобри ресторани, ја бирате опцијата избери место мене и плати од сметката на сопругот. На работа со алгоритам бирате најдобро решение за вашиот дневен проблем! Во вашата слушалка музиката е само онаа која вие ја сакате! Контролата на здравствената состојба направен преку ВИ на вашиот телефон ве упатува единствено кај стоматолог за чистење на забен камен! Алгоритмите селектираат настани според тоа што сметаат дека е приоритетно за вашето попладне. За вечерта имате сугестија за филм со кој би го надминале стресниот ден! Приквечер, уморни пред вашиот дом се обраќате на Алекса да ја отвори вратата и да го исклучи алармот! Што ако не ви го препознава гласот после гласно викање на состаноци и пеење на afterwork журката? Треба да се има и резервна опција! Дали сето ова наброено е она што навистина го посакувате?



● КОРИСНИ ЛИНКОВИ:

<https://azlp.mk/gragjani/nasoki/>

<https://www.economy.gov.mk/>

<https://opm.org.mk/>

<https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/regulatory-framework-ai>

<https://unctad.org/meeting/webinar-ai-and-consumer-protection-harnessing-tech-better-enforce-consumer>

<https://dig.watch/topics/consumer-protection>

<https://www.eccnet.eu/news/artificial-intelligence-how-do-we-protect-consumer-rights-ai-applications>

<https://www.consumersinternational.org/news-resources/news/releases/three-consumer-protection-priorities-in-the-time-of-ai/>

<https://unctad.org/news/making-artificial-intelligence-work-better-consumers-and-societies>

