

## **Ochrona konsumenta a sztuczna inteligencja. Między prawem a etyką**

Celem projektu badawczego jest analiza wyzwań, które rozwój sztucznej inteligencji (*artificial intelligence*, AI) stawia zarówno przed konsumentami, jak i przed prawem konsumenckim. AI nie jest już ideą znaną wyłącznie z książek i filmów science fiction. Jest ona obecna w codziennym życiu nas – konsumentów, a jej rola nieustannie wzrasta. Często AI nie przybiera formy robotów humanoidalnych lub autonomicznych pojazdów, na które tak chętnie kierujemy naszą uwagę, lecz leży u podstaw rosnącej liczby produktów i usług obecnych na rynku konsumenckim. Przykłady można mnożyć: algorytmy oparte na uczeniu maszynowym, organizujące nasze codzienne życie (od tzw. „news feedów” i indywidualnych rekomendacji do spersonalizowanych cen i innych warunków dostępu do produktów i usług), funkcje rozpoznawania obrazów czy tzw. asystenci głosowi obecni w naszych smartfonach (a coraz częściej także innych inteligentnych urządzeniach), funkcje automatycznego tłumaczenia, sugestie odpowiedzi na wiadomości e-mail.

W obecnym projekcie badawczym pragniemy skupić się na wyzwaniach płynących z wykorzystywania AI, które niekoniecznie składają się na obraz egzystencjalnego zagrożenia dla gatunku ludzkiego. Jesteśmy przekonani, że wykorzystywanie AI na rynkach konsumenckich może rodzić daleko idące dla nas skutki, które wymagają pogłębionej analizy. Mowa tutaj przede wszystkim o szczególnie mocnym wpływie AI na nasz wybór konsumencki (możliwym dzięki coraz lepszej znajomości nie tylko naszych preferencji, ale i słabości), na warunki oraz zakres dostępnych towarów i usług, a także na samą decyzyjność konsumentów w świetle coraz częstszego oddelegowywania decyzji maszynom. Skupiając się na przykładach ekstremalnych tracimy z pola widzenia problemy bezpośrednio nas dotyczące, jak te opisane powyżej. W porównaniu z obrazową wizją fundamentalnej transformacji świata, mogą one jawić się jako mniej pilne lub wręcz trywialne. Obecny projekt badawczy przeciwstawia się tej opinii.

Jedną z głównych cech projektu badawczego jest jego interdyscyplinarny charakter. Zaplanowane zadania badawcze są wprawdzie skoncentrowane na prawie i polityce konsumenckiej, jednak w toku realizacji projektu prowadzonej analizie prawniczej na każdym kroku towarzyszyć będzie analiza etyczna, realizowana przez doświadczonych etyka. Tylko tak połączona refleksja pozwoli nam na określenie kroków, które mogą i powinny zostać podjęte przez władze publiczne (prawodawców, sądy) oraz innych interesariuszy (programistów AI, organizacje konsumenckie), tak aby w dobie AI interesy konsumentów były właściwie zabezpieczone.

Pierwszym etapem projektu będzie analiza empiryczna obecnej praktyki rynkowej, na podstawie której dokonamy identyfikacji podstawowych zagrożeń interesów konsumentów wynikających ze stosowania AI. Następnie przejdziemy do analizy aksjologicznych podstaw prawa konsumenckiego w świetle potencjalnych naruszeń. Kolejnym etapem badań będzie kompleksowa analiza prawoporównawcza, obejmująca podstawowe normy prawa konsumenckiego w wybranych jurysdykcjach (Polska, Niemcy, Francja) oraz w prawie Unii Europejskiej, w szczególności zawarte w przepisach o nieuczciwych praktykach handlowych, nieuczciwych postanowieniach umownych i obowiązkach informacyjnych. Po zidentyfikowaniu ewentualnych luk ochronnych przejdziemy do analizy sąsiadujących dziedzin prawa, takich jak prawo ochrony danych osobowych i prawo antydyskryminacyjne, w celu ustalenia, czy, a jeżeli tak, to w jakim stopniu, oferują one odpowiedzi. Ostatnim etapem projektu będzie przedstawienie rozwiązań krótko-, średnio- i długoterminowych składających się na nowy model prawa konsumenckiego.

Spodziewane rezultaty planowanych pionierskich badań naukowych przyczynią się do rozwoju polskiej i europejskiej nauki prawa poprzez doprecyzowanie zasad stosowania obowiązujących ram prawnych do nowych praktyk rynkowych opartych na AI oraz wskazanie obszarów możliwej optymalizacji. O kluczowym znaczeniu tematu świadczy m.in. stanowisko instytucji europejskich oraz rosnącej liczby tych państw członkowskich, które traktują AI jako strategiczny priorytet. Obecny projekt zapewnia należyte uwzględnienie perspektywy konsumenckiej w dyskusjach na temat odpowiedniego modelu rozwoju AI. Wyniki badań będą miały istotne znaczenie dla przyszłych dyskusji o kierunku niezbędnych działań.