



**EN BARNDOM I FRIHET,
BEHÖVER GRÄNSER ONLINE**



OROVÄCKANDE UTVECKLING

I dag finns många oroväckande tendenser: Allt fler barn och unga, inte minst unga tjejer, vittnar om psykisk ohälsa. Köerna till BUP är långa och antalet barn och unga som äter antidepressiva läkemedel har ökat med 360 procent sedan 2006. Andelen barn med övervikt ökar och den fysiska aktiviteten minskar.

Allt detta är förstås inte sociala mediers fel, och det finns naturligtvis mycket positivt med den digitala utvecklingen. Men skärmanvändningen tränger undan sådant som vi vet är grundläggande för att vi ska må bra. Telefonerna stjälar hänsynslöst av tiden för lek och träning, för sömn och återhämtning, för relationer och gemenskap.

Många av de största apparna har en utformning som nyttjar mekanismer i hjärnan för att hålla användaren kvar så länge som möjligt, och de har en otillräcklig kontroll över vilket innehåll som barn tar del av. Det behöver ändras. Än så länge ser vi inga tecken på att sociala medier-bolagen själva gör det som krävs.



KRISTDEMOKRATERNAS FÖRSLAG



Alla plattformsföretag som agerar på den europeiska marknaden ska behöva dela information med myndigheter och forskare om hur deras algoritmer fungerar. Detta för att möjliggöra bättre uppföljning av vilka hälsoeffekter användandet ger. Det är orimligt att bara bolagen själva vet varför ett visst innehåll premieras och varför våra barn och unga triggas att använda produkterna allt längre tid.



Det ska finnas EU-krav på att olika typer av begränsningar, exempelvis för användartid, strikt föräldrakontroll och blockering av vissa typer av annonser eller ämnen, måste vara del av tjänsternas grundinställningar.



Krav bör ställas på plattformsbolagen att de måste bevisa att deras digitala medieprodukter och tjänster inte leder till beroendeliknande användning, för att de ska få finnas på den europeiska marknaden. Bedömning bör ske av sakkunniga experter med bland annat medicinsk kompetens, så som hjärnforskare och experter inom hälsoområdet.



Ålderskontrollen måste fungera. Idag finns det åldersgränser för sociala medier och företagen själva styr innehållet i tjänsterna beroende på användarnas ålder. Samtidigt är detta lätt att kringgå. Om inte företagen kan säkerställa fungerande system för åldersverifiering ska de heller inte kunna rikta produkter och tjänster mot barn och unga, utan ha en strikt 18-årsgräns.



K
D