

Zaštita osobnih podataka na internetu - kako iluziju pretvoriti u stvarnost?

Kunda, Ivana

Source / Izvornik: **Pravna zaštita pojedinca na jedinstvenom digitalnom tržištu Europske unije, 2021, 17 - 38**

Conference paper / Rad u zborniku

Publication status / Verzija rada: **Published version / Objavljena verzija rada (izdavačev PDF)**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:118:328773>

Rights / Prava: [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-07-24**

PRAVRI
Pravni fakultet Faculty of Law



Sveučilište u Rijeci
University of Rijeka

Repository / Repozitorij:

[Repository of the University of Rijeka, Faculty of Law](#)
[- Repository University of Rijeka, Faculty of Law](#)

uniri DIGITALNA
KNJIŽNICA

DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJI

Modernizacija prava
Knjiga 59

Glavni urednik serije:
Akademik Jakša Barbić

Adresa uredništva:
Hrvatska akademija znanosti i umjetnosti
Znanstveno vijeće za državnu upravu,
pravosuđe i vladavinu prava

Dobriša Skok
dobskok@yahoo.com; tel. 01 4895 165

Zagreb, Trg Nikole Šubića Zrinskog 11, 10000 Zagreb
Tel. 01 4895 169

ISBN 978-953-347-389-5

CIP zapis dostupan je u računalnome katalogu Nacionalne i sveučilišne
knjižnice u Zagrebu pod brojem 001116504.

HRVATSKA AKADEMIJA ZNANOSTI I UMJETNOSTI
Znanstveno vijeće za državnu upravu, pravosuđe i vladavinu prava

PRAVNA ZAŠTITA POJEDINCA NA JEDINSTVENOM DIGITALNOM TRŽIŠTU EUROPSKE UNIJE

Okrugli stol održan 24. studenoga 2020.

Uredio:
Akademik Jakša Barbić



Zagreb, 2021.

Prof. dr. sc. Ivana Kunda

Pravni fakultet Sveučilišta u Rijeci

ZAŠTITA OSOBNIH PODATAKA NA INTERNETU – KAKO ILUZIJU PRETVORITI U STVARNOST?*

1. Tehnologija, poslovanje, regulacija: neujednačeni razvoj

Digitalna tehnologija neprestano napreduje i izravno je povezana s ekonomskim rastom i društvenim razvojem u svakoj pojedinoj državi. Ubrzani procesi ekonomske i društvene digitalizacije,¹ dodatno pospješene pandemijom koronavirusa koja je zadesila svijet 2020. godine, uzrokom su i pozitivnih i negativnih društvenih promjena na globalnoj razini. Pokraj tehnološke konvergencije koja obuhvaća infrastrukturnu konvergenciju između različitih načina pružanja usluga i uređajnu konvergenciju između uređaja koji su svaki služili pružanju određene usluge,² prisutna je i prostorna konvergencija između privatnog i javnog prostora pojedinaca te sistemička konvergencija između komercijalnog i političkog.³ Slijedom navedenog svijet u kojem živimo mijenja se iz temelja, i to brzinom koja dovodi u pitanje stvarnu sposobnost država, bilo samostalno bilo u suradnji s drugim državama, da odgovore na rastuće zahtjeve regulatorne prirode.

* Ovaj rad financiran je sredstvima Sveučilišta u Rijeci namijenjenim znanstvenim istraživanjima, u okviru projekta UNIRI-drustv-18-214 *Učinkovita regulacija digitalnog tržišta kao poticaj inovacijama u ICT sektoru*.

¹ O pojmu digitalizacije vidi primjerice Scott Brennen, Daniel Kreiss, Digitalization and digitization, *Culture Digitally*, 8, 2018., <http://culturedigitally.org/2014/09/digitalization-and-digitization/> (posljednji posjet 1. 2. 2021.).

² Scott Brennen, Daniel Kreiss, Digitalization and digitization, *Culture Digitally*, 8, 2018., <http://culturedigitally.org/2014/09/digitalization-and-digitization/> (posljednji posjet 1. 2. 2021.); Andrew Murray, *Information Technology Law: The Law and Society*, 2. izd., Oxford: OUP, 2013., str. 46.

³ Dejan Verčić, Why Invest in Strategic Communication? Because It Creates Value, *Communication Management Review*, vol. 1, br. 1, 2016., str. 32-34.

Jedan od vidljivih učinaka digitalizacije na društvo jest nesposobnost postojećeg prava da podesno uredi prekogranične odnose,⁴ a takvi su mahom odnosi u digitalnom okruženju, posebice na internetu. U nedostatku međunarodnih pravila dogovorenih međudržavnim sporazumima,⁵ nacionalna prava i dalje imaju glavnu ulogu u uređenju postupanja na internetu. Pravna grana koja se tradicionalno bavi pitanjem teritorijalnog razgraničenja primjene poglavito privatnih nacionalnih prava jest međunarodno privatno pravo. Na manjkavosti u suvremenim sustavima međunarodnih privatnih prava i njihovoj nespремnosti da se suoči sa zahtjevima nametnutima uslijed prethodno opisanog naprasnog razvoja digitalne tehnologije ukazano je već ranije.⁶ Ni materijalnopravno i postupovnopravno uređenje nisu postigli bitni pomak od tradicionalnih pristupa, stoga i dalje ne uspijevaju učinkovito odgovoriti na potrebe društva koje sve intenzivnije djeluje u digitalnom okruženju.⁷

Usprkos propisima kojima se posljednjih godina modernizira pravo zaštite osobnih podataka u brojnim pravnim sustavima,⁸ još nije ni približno dosegnut cilj vraćanja ispitanicima što potpunije kontrole nad osobnim podacima. Naime, kontrola nad informacijama, pa tako i osobnim podacima, u središtu je informacijskog društva.⁹ Da bi bila moguća, potrebno je ne samo razviti pravne alate koji jamče i osiguravaju kontrolu već i postići na strani ispitanika razumijevanje tehnoloških i poslovnih aspekata obrade podataka. Potonje je vrlo izazovan zadatak jer su odnosna tehnologija i s njome povezano poslovanje sve složeniji i neprestano napreduju, dok je glavnina ispitanika bez odgovarajućeg znanja o glavnini

⁴ A. Murray, *op. cit.*, 2013., str. 49.

⁵ O izazovima regulacije na međunarodnoj razini vidjeti, primjerice, Elena Carpanelli, Nicole Lazzerini (ur.), *Use and Misuse of New Technologies, Contemporary Challenges in International and European Law*, Cham: Springer, 2019.

⁶ Na općenitijoj razini vidjeti Horatia Muir Watt, *The Relevance of Private International Law to the Global Governance Debate*, u: Horatia Muir Watt, Diego P. Fernández Arroyo (ur.), *Private International Law and Global Governance*, Oxford: OUP, 2014., str. 1-2. Na razini međunarodnog privatnog prava vidjeti Tobias Lutz, *Private International Law Online*, Oxford: OUP, 2020., str. 103-113.

⁷ O nekim naporima u tom pravcu i analizi njihove uspješnosti vidjeti ostale radove u ovom zborniku.

⁸ U Europskoj uniji to je Uredba (EU) 2016/679 Europskog parlamenta i Vijeća od 27. travnja 2016. o zaštiti pojedinaca u vezi s obradom osobnih podataka i o slobodnom kretanju takvih podataka te o stavljanju izvan snage Direktive 95/46/EZ (Opća uredba o zaštiti podataka), SL L 119, 4.5.2016., str. 1–88. i SL L 127, 23. 5. 2018., str. 2, u SAD-u su to propisi u pojedinima saveznm državama među kojima se posebno ističe Kalifornija svojim Zakonom o privatnosti potrošača, koji je dio *Civil Codea*, Title 1.81.5. California Consumer Privacy Act (CCPA) of 2018 [1798.100 - 1798.199.100] (added by Stats. 2018, Ch. 55, Sec. 3.), u Australiji je to *Privacy Act* NO. 119 of 1988, prema izmjenama zaključno s 1. srpnjem 2020., a koji je i trenutno u postupku revizije (vidjeti *Review of the Privacy Act 1988*, <https://www.ag.gov.au/integrity/consultations/review-privacy-act-1988> (posljednji posjet 28. 12. 2020.)), a u Švicarskoj je to *Bundesgesetz über den Datenschutz* (DSC), od 19. lipnja 1992., kako je posljednji put izmijenjen 1. ožujka 2019.

⁹ Teorija ukazuje na to da je prelazak s kontrole nad stvarima na kontrolu nad informacijama ključno obilježje informacijskog društva. A. Murray, *op. cit.*, str. 12.

elemenata suvremenog digitalnog poslovanja. S druge strane, informacijsko-tehnološka društva koriste spoznaje raznih disciplina kako bi utjecale na ponašanje ispitanika kada odlučuju o svojim osobnim podatcima.

Današnji napredak digitalne tehnologije prisutan je poglavito na planu podatkovne analitike, lanca blokova (engl. *blockchain*), umjetne inteligencije, 3D ispisa, interneta stvari (engl. *Internet of Things*), automatizacije i robotike te računarstva u oblaku, pri čemu su svi navedeni vidovi tehnologije utemeljeni na obradi podataka.¹⁰ Brz napredak informacijskih tehnologija omogućava sve intenzivniju obradu raznih vrsta podataka, uključujući i osobnih podataka. U usporedbi s ranijom manualnom ili mehaničkom obradom, računalna obrada danas se provodi brzo i uz male troškove, obuhvaća goleme količine raznolikih (nerijetko nestrukturiranih) i brzo pristizućih podataka (engl. *Big Data*) te omogućava dosad nezamislive rezultate na temelju raznih statističkih metoda u okviru kojih se podatci kumuliraju, kombiniraju i uspoređuju. Navedeni rezultati obuhvaćaju obrasce ili formule na čijim se osnovama osmišljavaju suvremeni poslovni modeli koji se posve i u velikoj mjeri zasnivaju na digitalnoj tehnologiji, ali služe i za unaprijeđenje tradicionalnih modela uvođenjem novih tehnologija u poslovanje, posebno malih i srednjih poduzeća (MSP), osiguravajući im rast u okviru industrije 4.0. Takvi rezultati računalne obrade podataka omogućavaju preciznije određivanje pojavnosti, dijagnosticiranja uzročnosti, predviđanja vrijednosti ili sugeriranja aktivnosti radi utjecaja na ishod određenog procesa, pa tako i ponašanja pojedinaca. Opasnost koja proizlazi iz opisanog tehnološkog razvoja i uporabe u poslovnom sektoru, ali i drugdje (primjerice u politici) višestruka je. Očituje se poglavito u interferenciji s ljudskim pravima, i to s pravom na privatnost, pravom na zaštitu osobnih podataka, pravom na jednako postupanje, pravom na slobodu izražavanja itd.¹¹

2. „Slabost“ ispitanika naspram informacijsko-tehnoloških korporacija

Nije novost da su pojedinci „slabija strana“ u pravnom odnosu s multinacionalnim grupacijama koje upravljaju *online* platformama poput *Alphabeta* i *Applea*, no zabrinjava što su danas „slabiji“ negoli što su to bili u prethodnom razdoblju. Razlozima neprestanog oslabljivanja njihova pravnog položaja izuzetno je važno posvetiti pozornost kako istraživačke zajednice tako i zakonodavca. Kako je

¹⁰ UNCTAD, *Digital Economy Report – Value Creation and Capture: Implications For Developing Countries*, Geneva: United Nations, 2019., str. 2.

¹¹ Dario Moura Vicente, Sofia de Vasconcelos Casimiro, *Data Protection on the Internet: General Report*, u: Dario Moura Vicente, Sofia de Vasconcelos Casimiro (ur.), *Data Protection on the Internet*, Cham: Springer, 2020., str. 1.

to uobičajeno u današnjoj složenoj društveno-ekonomskoj strukturi, uzroci obuhvaćaju niz silnica koje formiraju ponašanja subjekata na današnjem digitalnom tržištu koje nije moguće sve ovdje podrobije raspraviti,¹² već su izdvojeni neki aspekti koji su sa stajališta pravne analize te problematike posebno relevantni.

2.1. Informacijska asimetrija

Prije svega, slabost pravnog položaja pojedinaca na digitalnom tržištu uzrokovana je informacijskom asimetrijom – tradicionalnim elementom razlikovanja između slabije i jače strane pravnog odnosa. Takva asimetrija postoji kada strane pravnog odnosa ne raspolažu jednakim informacijama o pitanjima iz tog pravnog odnosa, što se reflektira i na njihove odluke o tome hoće li ili neće ući u taj odnos i pod kojim uvjetima.¹³ Između prosječnog pojedinca i multinacionalne korporacije postoji golem jaz u pogledu znanja o pravu i obvezama te sredstvima i mehanizmima zaštite prava u odnosima koji nastaju izvan digitalnog tržišta. No danas je nejednaka razina informacija koje posjeduju strane pravnog odnosa koji nastaje u digitalnom okružju prisutna ne samo u pogledu nepoznavanja subjektivnih prava koja pojedincima pripadaju u sklopu njihovih aktivnosti i sredstava te načina na koje ih mogu zaštititi već i u pogledu poslovno-operativnih i pozadinskih tehničkih aspekata tih aktivnosti, kao i „tržišne“ vrijednosti osobnih podataka u poslovnim odnosima između primjerice trgovačkih društava koja upravljaju društvenim mrežama i korisnika usluga oglašavanja.

Kako digitalna tehnologija, uključujući i informacijsku i komunikacijsku tehnologiju, a s njom i poslovni procesi i modeli napreduju strelovitom brzinom, pojedinci su sve manje u mogućnosti pojmiti njihovo kompleksno funkcioniranje. Dok će mnogi ispitanici biti upoznati s činjenicom da se njihovi osobni podatci obrađuju u zamjenu za „nenaplatne“ *online* usluge (primjerice, radi ciljanih ili personaliziranih oglasa ili ponuda), pri razumijevanju načina na koje se njihovi osobni podatci uistinu obrađuju naići će na poteškoće. Tako primjerice neće biti neprestano svjesni da s baš svakim korištenjem bilo kojeg digitalnog uređaja ili aplikacije generiraju (osobne) podatke koji služe u oblikovanju njihovih društve-

¹² Svakako je bitno ukazati na opće povećanje aktivnosti pojedinaca na internetu. Primjerice, u razdoblju 2014. – 2019. udio korisnika interneta u Europskoj uniji koji su kupovali robu ili pribavljali usluge na internetu za osobne potrebe povećao se sa 63% na 71%, a u pet država članica te su brojke premašile 80%. Eurostat, *Statistički podaci o digitalnom gospodarstvu i društvu – kućanstva i pojedinci – naručivanje ili kupnja robe i usluga*, <https://ec.europa.eu/eurostat> (posljednji posjet 27. 2. 2020.).

¹³ Više o informacijskoj asimetriji kao ekonomskom pojmu vidjeti Alexander L. Brown, *Asymmetric Information*, u: Mie Augier, David J. Teece (ur.), *The Palgrave Encyclopedia of Strategic Management*, London: Palgrave Macmillan, 2016., https://doi.org/10.1057/978-1-349-94848-2_458-1 (posljednji posjet 2. 2. 2021.).

nih i psiholoških profila. Riječ je o sinergijskom učinku obrade podataka koje ispitanici generiraju kroz više usluga, na više uređaja, izravno ili neizravno, hotimice ili nehotice, uključujući i opće podatke – osobno ime, godište i datum rođenja, spol, društvenu, etničku, religijsku ili drugu pripadnost, bračni ili drugi osobni status, mjesto boravka, poštansku adresu, adresu e-pošte, telefonski broj, izgled, lokaciju u svakom trenutku, posjet nekom događaju, povezanost s drugim osobama i njihovim osobnim podacima, broj i korištenje kreditnih kartica, potrošnju na mreži, kao i podatke koji čine aktivne i pasivne digitalne otiske koje ispitanici ostavljaju pri *online* kupnji proizvoda – vrstu, cijenu, namjenu proizvoda, način plaćanja; preuzimanje ili pregledavanje digitalnih sadržaja – vrstu, sadržaj, cijenu, učestalost i trajanje pregleda; komunikaciju na društvenim mrežama – adresat, sadržaj, učestalost i trajanje komunikacije; pretraživanje internetskih stranica – ključne riječi, jezik, odabrane prirodne i sponzorirane rezultate, učestalost i trajanje pregleda; korištenje digitalnih uređaja i usluga – vrstu, svrhu, sadržaj, učestalost i trajanje korištenja, itd. Mnogi pružatelji usluga na internetu prate i profiliraju svoje krajnje mrežne korisnike, ispitanike, pa je važno osigurati da to čine na kontroliran i transparentan način uzimajući u obzir privatnost, zaštitu podataka i zaštitu potrošača. Oslanjajući se na nerazumijevanje tih procesa, vrlo je lako informacijsko-tehnološkim platformama pojedince održavati u neznanju o konkretnim radnjama koje ta platforma provodi dok naizgled nudi zabavne, ležerne i bezazlene sadržaje što su ih pojedinci donedavno konzumirali uživo ili u kinu, putem radija, TV-a i sl.

Kada bi ispitanici točno znali na koji se način njihovim podacima koristi i prometuje na tržištu, mnogi od njih vjerojatno bi bili zaprepašteni. Moguće je da nisu ni sami svjesni da primjerice društvena mreža na kojoj su aktivni prikuplja podatke, kombinira ih s drugim podacima koje pribavlja od treće osobe, koji mogu biti i osjetljivi podatci te raznim statističkim i analitičkim metodama dolazi do profila svakog pojedinog korisnika. Tako oblikovan profil koji u sebi sadrži element društveno-ekonomskog i osobnog statusa može biti predmetom izdašnog pravnog posla bilo da se takvi podatci prepuštaju za korištenje trećim osobama uz naknadu ili ih koristi samo trgovačko društvo koje ih prikuplja, ali u sklopu druge vrste usluga (oglašavanja ili sl.) koju također nudi na digitalnom tržištu. Na potonji način informacijsko-tehnološka društva osiguravaju pozitivne učinke na svojim primarnim aktivnostima, primjerice *Google* na tržištu tražilica, *YouTube* na tržištu videosadržaja, a *Facebook* na tržištu društvenih mreža. Svoju dominaciju na tim tržištima dodatno ojačavaju time što zauzvrat za obradu osobnih podataka ne plaćaju novčanu vrijednost te ne snose rizik u slučaju manje ili nikakve „tržišne“ vrijednosti prikupljenog osobnog podatka.

Tržišna snaga očigledno je u rukama korporacija koje upravljaju internetskim platformama. One odnose pobjedu zgrćući podatke i onemogućavajući interoperabilnost, dok su ostali sudionici ovisni o digitalnoj infrastrukturi koju kontrolira ta mala, ali moćna grupa informacijsko-tehnoloških giganta. Sve to, prema ekonomskim piscima, dovodi do tržišnih neuspjeha jer bi neki korisnici zacijelo bili spremni platiti pretplatu namjesto prepuštanja osobnih podataka za obradu, dok bi drugi u zamjenu za obradu svojih podataka mogli primiti naknadu. Na površinu izvire i dodatni segment informacijske asimetrije koji se odnosi na „tržišnu“ vrijednost osobnih podataka koja je danas poslovna tajna informacijsko-tehnoloških društava čuvana daleko od očiju javnosti i, dakako, pojedinaca – korisnika usluga poduzetnika na internetu. Opisana situacija učvršćuje dominaciju internetskih platformi na njihovu primarnom tržištu i osigurava im više korisnika, a time i više podataka vrteći se neprekidno u začaranom krugu.¹⁴

Slijedom novih tehnologija danas se postavlja i pitanje koje je uopće primarno tržište informacijsko-tehnoloških društava. Naime, na opisani način informacijsko-tehnološki giganti koji redovito posluju putem internetskih platformi, a od kojih su neki prešli granicu od milijarde korisnika, priskrbili su si ogroman tržišni utjecaj i ekonomsku moć okoristivši se podacima svojih korisnika, poglavito pojedinaca. Tržišno su, međutim, zakinuti i njihovi dobavljači i takmaci, posebice mala i srednja poduzeća koja ne mogu ostvariti učinkovit ulaz na tržište. Neprikosnovena dominacija tek malog broja tehnoloških grupacija u kontroli osobnih podataka proizlazi iz njihove kontrole drugih aspekata digitalne ekonomije, poput digitalnog sadržaja ili društvenih mreža. Realnost je, kako ističu pojedini autori, da komercijalna vrijednost tih grupacija više ne leži u samom digitalnom sadržaju ili digitalnoj usluzi koje nude svojim korisnicima već u osobnim podacima koje prikupljaju i dalje obrađuju uz pomoć izuzetno sofisticiranih algoritama što ih drže u strogoj tajnosti.¹⁵ Tamna strana pružatelja digitalnih usluga društvenih mreža kao što su *YouTube*, *Facebook* i *Instagram*, ili pružatelja digitalnog sadržaja kao što su *Spotify*, *Deezer* i *Netflix*, jest u tome što su tijekom vremena prerasli u tvornice za obradu osobnih podataka.¹⁶ Tvornice

¹⁴ Vidi podrobnije: Nicholas Economides, Ioannis Lianos, Restrictions on Privacy and Exploitation in the Digital Economy: A Market Failure Perspective (January 27, 2021), *Journal of Competition Law and Economics*, Forthcoming, NET Institute Working Paper No. #20-05, <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3686785> (posljednji posjet 2. 2. 2021.)

¹⁵ Giuseppe Mazziotti, What Is the Future of Creators' Rights in an Increasingly Platform-Dominated Economy?, *International Review of Intellectual Property and Competition Law*, vol. 51, 2020., str. 1027.

¹⁶ O internetskim platformama kao tvornicama 21. stoljeća općenito vidi Open Society Foundation, *Technology and the future of work: the state of the debate*, 2015., <https://www.opensocietyfoundations.org/publications/technology-and-future-work-state-debate> (posljednji posjet 10. 5. 2020.), str. 11.

su i po svojoj fizičkoj veličini jer su poslužitelji potrebni za smještaj tolike količine podataka mnogobrojni – riječ je doslovce o ogromnim zgradama u kojima su poslužitelji smješteni u golemim hlađenim prostorijama i povezani bezbrojnim žicama. Primamljivi digitalni sadržaj ili digitalna usluga samo su mamac koji pojedince *što dulje i intenzivnije* vezuju uz *online* platformu, dok je ono što je nekoć bila njihova usputna aktivnost – obrada osobnih podataka – preraslo u osnovnu djelatnost. Danas je obrada osobnih podataka njihovih korisnika ključni izvor zarade kojom oblikuju osobne profile pojedinih korisnika kako bi se na temelju toga korisniku nudio grupnom profilu prilagođeni ili čak personalizirani sadržaj ili drugo komercijalno priopćenje poput oglasa, odnosno kako bi se tim podacima dalje trgovalo.¹⁷

Profiliranje je do sada bilo samo po sebi nedostatno regulirano, no s razvojem podatkovne ekonomije postalo je razvidno da obrada osobnih podataka kojoj su pridodani podatci prikupljeni analizom ponašanja pojedinca i njihove kognitivne pristranosti mogu biti upotrijebljeni kako bi se tog pojedinca potaknulo na donošenje odluka koje su možda u suprotnosti s njegovim interesima. Naime, u elektroničkoj trgovini uočeno je da se potrošačima uskraćuju bitne informacije i da se zlorabi njihova pristranost u ponašanju. Time bi se mogla ograničiti učinkovitost postojećih pravila osmišljenih za zaštitu ispitanika i potrošača u digitalnom okruženju, među ostalim od nepoštenih poslovnih praksi. Takve prakse uključuju korištenje „tamnih obrazaca“, odnosno korisničkih sučelja dizajniranih da bi manipulirali potrošačima pri donošenju potrošačkih odluka i nagnali ih na odluku koja i nije nužno u njihovu interesu, ali jest u interesu *online* platforme. Kao javni oblici „tamnih obrazaca“ navode se: trik pitanja, izmamljeni pristanak na ugovorni odnos koji je kasnije jako teško prekinuti ili prisilni nastavak sklopljenog odnosa i nakon isteka vremena na koje je sklopljen (npr. naplatom po kreditnoj kartici), izmamljivanje više osobnih podataka negoli što bi ih korisnik inače bio spreman podijeliti, skretanje pozornosti s dijela mrežne stranice koji sadrži nešto što nije u interesu korisnika, dodavanje neočekivanih troškova u posljednjem stadiju postupka narudžbe, formulacija odbijanja jest takva da izaziva sram i korisnik, izbjegavajući sram, pristaje na ono što uistinu ne želi, slanje korisniku neželjenih komercijalnih priopćenja nakon pribavljanja privole za korištenje adrese e-pošte uz navođenje lažnih svrha.¹⁸ Navedena ponašanja protivna su raznim ili

¹⁷ G. Mazziotti, *op. cit.*, str. 1028.

¹⁸ Vidjeti <https://www.darkpatterns.org/> (posljednji posjet 3. 2. 2021.), gdje se kao javni oblici „tamnih obrazaca“ navode: trik pitanja, izmamljeni pristanak na ugovorni odnos koji je kasnije jako teško prekinuti ili prisilni nastavak sklopljenog odnosa i nakon isteka vremena na koje je sklopljen (npr. naplatom po kreditnoj kartici), izmamljivanje više osobnih podataka negoli što bi ih korisnik inače bio spreman podijeliti, skretanje pozornosti s dijela mrežne stranice koja sadrži nešto što nije u interesu

čak višestrukim propisima Europske unije, o zaštiti osobnih podataka, uključujući u telekomunikacijskom sektoru, o komercijalnim priopćenjima u e-trgovini i zaštiti potrošača. Spomenute prakse uključuju i prikriveno oglašavanje, lažne, iznuđene ili izmanipulirane osvrte potrošača, pa i „zeleno ispiranje“ (engl. *greenwashing*) koje bi trebalo lažno uvjeriti potrošača da pribavlja ekološki ili na drugi način prema prirodi obazriv ili održivi proizvod, sadržaj ili uslugu.¹⁹ Također takva nepoštena poslovna praksa može biti i profiliranje potrošača kako bi mu se nudio određeni sadržaj ili usluga odabrani prema njemu nepoznatim kriterijima. Praksa izrada profila pojedinca prepoznata je s aspekta zaštite osobnih podataka kao problematična jer uslijed kognitivne pristranosti može voditi diskriminaciji po raznim osnovama. To je pitanje adresirano u postojećim i novim propisima, o čemu više u sljedećem poglavlju.

2.2. Privola kao redovita pravna osnova obrade

Drugi uzrok „slabosti“ pojedinca naspram informacijsko-tehnološkog društva jest u tome što je neprestano povećavan opseg osobnih podataka i obrada za koje je propisana privola do te mjere da je privola postala središte prava zaštite osobnih podataka u Europskoj uniji. Na prvi pogled može se činiti da je kontradiktorno tvrditi kako je širenje područja autonomne odluke ispitanika pogubno za njegove interese povezane sa zaštitom osobnih podataka. I doista, zakonodavac Europske unije pri donošenju Opće uredbe o zaštiti podataka deklarirao je da je time, kao jednim od segmenata cijelog pojačanog paketa prava ispitanika, pokušao osnažiti pojedince kako bi u svojim rukama imali učinkovit alat protiv neželjene obrade njihovih osobnih podataka.²⁰

Kako je došlo do podatkovne situacije u kojoj se svijet trenutno nalazi? Pogled unatrag do početka devedesetih godina prošloga stoljeća razotkriva da je internet tada već stekao međunarodno obilježje te otpočinje njegova ubrzana komercijalizacija, poduprta i razvojem digitalne tehnologije. Navedeno potiče nove poslovne modele i mijenja društvenu ulogu interneta i povezanih digitalnih tehnologija, a početkom 21. stoljeća dovodi i do pojave stadija *Web 2.0*. Taj stadij u razvoju interneta uključuje prelazak na poslovne modele u središtu kojih su korisnik i

korisnika, dodavanje neočekivanih troškova u posljednjem stadiju postupka narudžbe, formulacija odbijanja jest takva da izaziva sram i korisnik, izbjegavajući sram, pristane na ono što uistinu ne želi, slanje korisniku neželjenih komercijalnih priopćenja nakon pribavljanja privole za korištenje adrese e-pošte uz navođenje lažnih svrha.

¹⁹ Komunikacija Komisije Europskom parlamentu i Vijeću, Nova strategija za potrošače: Jačanje otpornosti potrošača radi održivog oporavka, Bruxelles, 13. 11. 2020., COM(2020) 696 final, str. 4.

²⁰ Vidi uvodne izjave 2. i 7. Opće uredbe o zaštiti podataka.

njegova aktivna komunikacija ne samo s računalom (kao u stadiju *Web 1.0*) nego i s drugim korisnicima, a pružatelj usluge prestaje biti osnovni stvaratelj sadržaja i pretvara se u platformu. Usporedno s ekspanzijom *online* aktivnosti koje su usmjerene široj javnosti, kao djelomične posljedice razvoja društvenih mreža i platformi za dijeljenje sadržaja, ali i pristupačnosti internetske veze i uređaja kojima se povezujemo na internet, sve se veći broj pojedinaca našao u položaju ispitanika u internetskom okruženju. Prije početka primjene Opće uredbe za zaštitu podataka, bilo je mnogo manje svijesti na strani korisnika i mnogo manje opreza na strani trgovačkih subjekata. Nisu redovito pribavljali privolu (iako nije bilo uvjeta za primjenu druge pravne osnove za obradu osobnih podataka), podatci o tome koji se osobni podatci prikupljaju, u koje svrhe, za koje vrijeme, kome se prosljeđuju i sl. uglavnom su bili vrlo šturi i nerazumljivi, dok su ionako rijetki prigovori ili upiti ispitanika bili najčešće ignorirani. Prikupljali su, kao i danas, ogromne količine osobnih podataka, a jednom kada bi ih pribavili, nerijetko bi postupali s njima bez posebnih internih ograničenja, protokola ili nadzora.

Novе digitalne tehnologije i poslovni modeli razvijaju se u sve većoj ovisnosti o obradi podataka, pa je izvjesno da će u budućnosti informacijsko-tehnološka društva prikupljati sve više osobnih podataka.²¹ To i danas čine koristeći manjak podatkovne pismenosti kod glavnine korisnika i složenost provedbe propisa Europske unije u internetskom okružju. Ispitanici su danas u nepovoljnom položaju zbog nepostojanja tehničkih alata i standarda koji bi ostvarivanje njihovih prava učinili jednostavnim i ne pretjerano opterećujućim. Naime, istraživanja su pokazala da je, uslijed širenja mogućnosti kontrole nad osobnim podacima kao posljedice povećanja podataka i obrada za koja je potrebna privola, došlo do smanjenja stvarne kontrole koju su korisnici vršili u tom smislu. Opisano se naziva paradoksom kontrole (engl. *control paradox*), odnosno u kontekstu osobnih podataka – paradoksom privatnosti (engl. *privacy paradox*). Posljedica je to prosječne ljudske reakcije na opciju da otkriju ili ne svoje osobne podatke bez obveze da to i učine, koja kod njih povećava osjećaj sigurnosti i povjerenja u platformu.²² No potrebno je postaviti pitanje je li riječ o stvarnoj opciji s obzirom na to da informacijsko-teh-

²¹ Kako količina podataka koji se proizvode u svijetu brzo raste, očekuje se da će se u razdoblju 2018. – 2025. povećati s 33 zetabajta na 175 zetabajtova, no možda je lakše razumjeti još širu usporednu sliku: predviđa se da će količina podataka koja će biti stvorena u svijetu u sljedeće tri godine biti jednaka količini koju je svijet stvorio proteklih 30 godina, a u sljedećih pet godina tri puta veća negoli u proteklih pet godina. IDC's Global Data Sphere Forecast Shows Continued Steady Growth in the Creation and Consumption of Data, 8. 5. 2020., <https://www.idc.com/getdoc.jsp?containerId=prUS46286020> (posljednji posjet 3. 2. 2021.).

²² Laura Brandimarte, Alessandro Acquisti, George Loewenstein, Misplaced Confidences: Privacy and the Control Paradox, *Social Psychological and Personality Science*, vol. 4, br. 3, 2012., str. 340-347.

nološkim gigantima nije dugo trebalo da se prilagode novim okolnostima nakon početka primjene Opće uredbe o zaštiti osobnih podataka. Odmah su uočili svojevrsnu prednost u oslanjanju na privolu, kao jednu od šest pravnih osnova za obradu osobnih podataka prema Općoj uredbi o zaštiti osobnih podataka.²³ Iako privola nije nužna u svakoj situaciji jer obrada može biti zasnovana na drugoj pravnoj osnovi, informacijsko-tehnološka društva (kao i drugi trgovački subjekti koji posluju na internetu) proširila su opseg obrade. Osim toga, preokrenula su u svoju korist dužnost pribavljanja privole i popratne dužnosti propisane Uredbom tako što su prilagodila modalitete njezina oblikovanja i pribavljanja.

Jedan od alata koje je zakonodavac smjestio u ruke ispitanika jest granularnost privole, što znači da se privola mora dati za svaku pojedinu svrhu obrade zasebno.²⁴ Nužnost navođenja svih podataka, kao i svih svrha dovela je do toga da su pojedini popisi obrada previše detaljni, odnosno tehnički da bi ih glavna ispitanika razumjela ili jednostavno predugački da bi ih glavna ispitanika uopće čitala i vršila odabir.²⁵ Namjesto toga, automatizmom bez prethodnog pregleda, prihvate sve – omogućujući internetskoj platformi da prati sva njihova ponašanja na toj platformi, ali ne samo na njoj i ne samo njihova – kao što je zorno pokazao skandal *Cambridge Analytica* povezan s korištenjem podataka osoba koje su imale profil na *Facebooku* i njihovih kontakata u političke, odnosno predizborne svrhe. Takvo automatsko prihvaćanje obrada osobnih podataka bez istinskog upoznavanja sa sadržajem privole smatra se posljedicom informacijskog preopterećenja (eng. *information overload*), fenomena koji svoje pojavne oblike imaju i u drugim sferama ljudskog djelovanja, pa su već otprije prepoznati učinci i u drugim pravnim granama. Do automatskog prihvaćanja dolazi i uslijed još jednog fenomena – „zamora od privole“ (engl. *consent fatigue*), koji je posljedica toga što se kao rezultat povećanja obrade osobnih podataka i pritom oslanjanja na privole ispitanika, prilikom pretraživanja interneta neprestano pojavljuju *pop-up* prozori ili baneri i ometaju korisničko iskustvo.²⁶ I možda su na samom početku ispi-

²³ Članak 6. stavak 1. Opće uredbe o zaštiti podataka. Podrobnije vidjeti Danijela Vrbljanac, Zaštita osobnih podataka, u: *Europsko privatno pravo: posebni dio*, Zagreb: Školska knjiga, 2021., str. 302. i dalje; Darja Lončar Dušanović, *Back to Bases: Overcoming Legal Uncertainty in Personal Data Processing in EU*, (doktorska disertacija), Rijeka: Pravni fakultet u Rijeci, 2021., poglavlje 4.3.2.1. Requirements for a Valid Consent under the GDPR.

²⁴ Vidjeti uvodnu izjavu 32. Opće uredbe za zaštitu podataka. Vidjeti i Article 29 Working Party, *Guidelines on consent under Regulation 2016/679*, adopted on 28 November 2017, as last revised and adopted on 10 April 2018, WP 259 rev.01, str. 7.

²⁵ Katarzyna Południak, From Information Asymmetry to Information Overload – Technological Society of Consumers, u: Patrícia Kaplánová (ur.), *Contemporary issues of societal development*, Novo mesto: Faculty of Organization Studies, 2017., str. 36.

²⁶ Vidjeti primjerice Jack Schofield, What should I do about all the GDPR pop-ups on websites?, *The Guardian*, 5. 7. 2018., <https://www.theguardian.com/technology/askjack/2018/jul/05/what-should-i-do>

tanici bili skloni izdvojiti vrijeme da bi se upoznali s politikom obrade osobnih podataka, nakon takvih višestrukih radnji jednostavno su se zamorili, otupjeli na posljedice i nastavili koristiti internet dajući svoju automatsku privolu. Poseban problem predstavljaju zahtjevi za privole koji ne omogućavaju korištenje internetske stranice bez davanja takve privole jer je na taj način učinkovito iznuđuju. Uz to je vezan dodatni zaštitni alat ispitanika koji mu jamči slobodni izbor, a to je zabrana štete (engl. *detriment*), što znači da ispitanik mora biti u mogućnosti ne dati privolu bez posljedične uskrate usluge, odnosno druge manje dalekosežne negativne posljedice.²⁷ Tu je i povezana zabrana uvjetovanja (engl. *conditionality*), što znači da nije dopušteno uvjetovanje samog pružanja usluge davanjem pristanka na obradu osobnih podataka (ako obrada nije nužna za samo pružanje usluge). Osiguravanje navedenih okolnosti slobodnog pristanka ispitanika vrlo je upitno provedivo u sklopu današnjih poslovnih modela koji se zasnivaju na naizgled nenaplatnoj usluzi, dok se zapravo neizravno financiraju kroz koristi koje imaju od oglašavanja u sklopu kojeg se intenzivno oslanjaju na osobne podatke radi prikaza personaliziranih ili ciljanih oglasa.²⁸

Iako je, naravno, potrebno neprestano propitivati kvalitete privola u novim okolnostima, pa tako i jesu li privole dane u prethodno navedenim okolnostima „dobrovoljne, posebne, informirane i nedvosmisleno izražavaju želje ispitanika“ za obradu osobnih podataka,²⁹ navedena praksa već je za ispitanike polučila određene štetne posljedice te je, kao i u mnogim postojećim pravnim odnosima povezanim s digitalnim tehnologijama, potrebno predvidjeti inovativna pravna rješenja, ali i ona koja počivaju na tehnologiji.

3. Nove održive politike i propisi Europske unije

Frustracija Europske unije proizlazi iz spoznaje da na globalnom digitalnom tržištu od samog početka njegova razvoja vladaju drugi igrači, a ona sama znatno

about-all-the-gdpr-pop-ups-on-websites (2. 2. 2021.); Sabrina Rau, Those pop-up “I agree” boxes aren’t just annoying – they’re potentially dangerous, *The Conversation*, 7. 12. 2018, <https://theconversation.com/those-pop-up-i-agree-boxes-arent-just-annoying-theyre-potentially-dangerous-106898> (2. 2. 2021.).

²⁷ Vidjeti uvodnu izjavu 42. Opće uredbe za zaštitu podataka. Vidjeti i Article 29 Working Party, *Guidelines on consent under Regulation 2016/679*, adopted on 28 November 2017, as last revised and adopted on 10 April 2018, WP 259 rev.01, str. 10 i dalje.

²⁸ O pravnoj prirodi pristanka na obradu osobnih podataka kao „protučinidbi“ vidjeti Carmen Langhank, Martin Schmidt-Kessel, Consumer Data as Consideration, *Journal of European Consumer and Market Law*, vol. 6, 2015., str. 215-274, a o neizravnom financiranju pružatelja usluga informacijskog društva vidjeti Ivana Kunda, *Elektronička trgovina*, u: *Europsko privatno pravo: posebni dio*, Zagreb: Školska knjiga, 2021., str. 236.

²⁹ Članak 4. točka 11. Opće uredbe o zaštiti podataka.

zaostaje.³⁰ Uočava se to i u nedavnim službenim izjavama, primjerice u poruci Europske komisije u kojoj se kao cilj ističe „europski tehnološki suverenitet“ (kao segment strateške autonomije Europske unije) koji treba omogućiti da Europska unija samostalno odlučuje i provodi „digitalnu transformaciju na vlastiti način“ i „definira vlastita pravila i vrijednosti u digitalnom dobu“³¹ ujedno potvrđujući da je trenutna stvarnost bitno drukčija. Glavni su takmaci Europske unije na digitalnom planu i u podatkovnom gospodarstvu Sjedinjene Američke Države i Kina.³²

Digitalne te informacijske i komunikacijske tehnologije (IKT)³³ nesumnjivo mijenjaju dinamiku snaga tradicionalnih subjekata – država, i novih subjekata – trgovačkih subjekata, poglavito društava koja upravljaju internetskim platformama.³⁴ Toj dinamici i rekonfiguraciji globalnog tržišta prema „kapitalizmu platformi“³⁵ pridonosi i okolnost da su najsnažniji nositelji te tehnologije uglavnom iz Sjedinjenih Američkih Država, koje, za razliku od jamstva širih prava na zaštitu osobnih podataka i zaštitničke uloge javnih tijela u Europskoj uniji, prednost daju privatnoj regulaciji podatkovnog gospodarstva i privatnopravnoj provedbi zaštite osobnih podataka.³⁶ Razlike između pravnih uređenja osobnih podataka s obiju strana Atlantika očituju se u izvorima, sadržaju, pravnim sredstvima i sankcijama te područjima primjene, a proizlaze iz duboko ukorijenjenih vrijednosti i uvriježenom shvaćanju pojma „privatnosti“ kao izvorišta suvremenog prava na zaštitu osobnih podataka te poimanja izvora prijetnje njegovu ostvarenju.³⁷ Nasuprot Sjedinjenim Američkim Državama, u kojima je monopol poželjan kao jamstvo inovacija i poticaj za preuzimanje poslovnog rizika, u Europskoj je uniji Komisija u više navrata pokušala obuzdati informacijsko-tehnološke gigante. Tako je od 2017. već tri puta kaznila Google zbog zlouporabe vladajućeg položaja, u odnosu na Googleove usluge Google Shopping, Google AdSense i operativni sustav

³⁰ U 2019. godini, SAD je bio na prvom mjestu popisa Digital 100, s ukupno 38 mjesta (unutar čega je sedam od deset najboljih), Kina je skočila na drugo mjesto s ukupno 14 mjesta, a Japan je treći s 13 mjesta na ljestvici. Prvi je na ljestvici iz Europe *Deutsche Telekom* tek na 19. mjestu. Forbes, Top 100 Digital Companies, <https://www.forbes.com/top-digital-companies/list/#tab:rank> (posljednji posjet 1. 2. 2021.).

³¹ European Commission, *Shaping Europe's Digital Future*, Luxembourg: European Union, 2020., str. 2.

³² Komunikacija Komisije Europskom parlamentu, Vijeću, Europskom gospodarskom i socijalnom odboru i Odboru regija, Europska strategija za podatke, Bruxelles, 19.2.2020., COM(2020) 66 final, str. 3.

³³ O pojmu vidi I. Kunda, *Elektronička trgovina*, op. cit., str. 228.

³⁴ Eyal Benvenisti, Upholding Democracy Amid the Challenges of New Technology: What Role for the Law of Global Governance?, *European Journal of International Law*, vol. 29, br. 1, 2018., str. 55.

³⁵ Nick Srnicek, *Platform Capitalism*, Oxford: Polity Press, 2016.

³⁶ Shawn Marie Boyne, Data Protection in the United States: U.S. National Report, u: Dario Moura Vicente, Sofia de Vasconcelos Casimiro (ur.), *Data Protection on the Internet*, Cham: Springer, 2020., str. 453.

³⁷ D. Moura Vicente, S. de Vasconcelos Casimiro, op. cit., str. 42.-43.; Komunikacija Komisije Europskom parlamentu, Vijeću, Europskom gospodarskom i socijalnom odboru i Odboru regija, Europska strategija za podatke, Bruxelles, 19. 2. 2020., COM(2020) 66 final, str. 3.

Android.³⁸ No to nije dostatno jer postojeći propisi nisu dorasli poslovnim praksama u *online* okruženju. Usprkos otporima i snažnim lobiranjima internetskih platformi, donesena je Uredba (EU) 2019/1150 Europskog parlamenta i Vijeća od 20. lipnja 2019. o promicanju pravednosti i transparentnosti za poslovne korisnike usluga internetskog posredovanja kojom se pokušava doskočiti tim problemima, kako bi se omogućila konkurentnost manjih i srednjih informacijsko-tehnoloških društava, što bi trebalo imati neizravne učinke i na položaj pojedinaca. S koliko uspjeha, ostaje vidjeti. Naime, dok god oni mogu poslovati na određeni način na tako liberalnom tržištu Sjedinjenih Američkih Država te nekih drugih država u svijetu, nemaju istinski poticaj za promjenu svojeg načina poslovanja i potpunog usklađivanja s propisima Europske unije. Osim što im daje mogućnost za brži razvoj na liberalnim tržištima i nepoštenu utakmicu na globalnom tržištu jer je podatkovno gospodarstvo i globalno, takva situacija generira kontinuirani rizik povreda europskih propisa jer je tehnološki i organizacijski zahtjevno odvajati podatke prema kriterijima primjene Opće uredbe za zaštitu podataka.³⁹ Navedeno potvrđuju i primjeri iz prakse Suda Europske unije. Utvrđeno je da ne postoji jamstvo učinkovite zaštite osobnih podataka putnika prilikom njihova prijenosa u okviru sporazuma između Europske unije i Kanade.⁴⁰ Osim toga, u dvama predmetima *Schrems* potvrđeno je da je razina zaštite osobnih podataka u Sjedinjenim Američkim Državama nedostatna da bi bio dopušten prijenos podataka iz Europske unije.⁴¹

Trenutno doista postoji značajna sloboda u globalnom postupanju informacijsko-tehnoloških divova kao posljedica prostora koji im je ostavljen za samoregulaciju u SAD-u i nekim drugim državama, dok je regulacija prava pojedinaca na digitalnom tržištu Europske unije fragmentarna i neučinkovita te zastarjela i zakaš-

³⁸ European Commission, Antitrust: Commission fines Google €1.49 billion for abusive practices in online advertising, https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/IP_19_1770 (2. 2. 2021.); European Commission, Antitrust: Commission fines Google €4.34 billion for illegal practices regarding Android mobile devices to strengthen dominance of Google's search engine, 18. 7. 2018., https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/IP_18_4581 (2. 2. 2021.); European Commission, Antitrust: Commission fines Google €2.42 billion for abusing dominance as search engine by giving illegal advantage to own comparison shopping service, 27. 6. 2017., https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/IP_17_1784 (2. 2. 2021.)

³⁹ O području primjene Uredbe vidjeti Ivana Kunda, European Union legislation: how far does it reach beyond the EU border?, u: Poomintr Sooksripaisarnkit, Sai Ramani Garimella (ur.), *China's One Belt One Road Initiative and Private International Law: Addressing Private International Law Concern*, New York: Routledge, 2018., pogl. 3.2.

⁴⁰ Sud Europske unije, Mišljenje 1/15 od 26. 7. 2017., EU:C:2016:656.

⁴¹ Sud Europske unije, presuda od 6. 10. 2015., *Schrems protiv Data Protection Commissioner*, C-362/14, EU:C:2015:650; Sud Europske unije, presuda od 16. 7. 2020., *Data Protection Commissioner v Facebook Ireland Limited and Maximilian Schrems*, 16 July 2020, C-311/18, EU:C:2020:559.

njela za tehnološkim i poslovnim razvojem.⁴² Prisutna je stoga realna opasnost da će visoki troškovi usklađivanja onemogućiti manjim trgovačkim subjektima ulazak na digitalno tržište i zacementirati položaj informacijsko-tehnoloških divova, kao što navodi Europska komisija,⁴³ a time ostaviti europsko gospodarstvo daleko iza sebe. Tome dodatno može pridonijeti i poslovna praksa tih istih divova koja troškove eventualnog sankcioniranja hotimičnog neusklađenja tradicionalno percipira kao poslovni rizik oslanjajući se na analizu troškova i koristi. Hoće li na to dostatno utjecati učinkovita provedba i visoki iznosi sankcija koje su propisane Općom uredbom o zaštiti podataka⁴⁴ ili će se i ti troškovi ponovno prevaliti na krajnje korisnike, ostaje vidjeti. Trenutno je, međutim, toliko potrebna konkurencija kao jamstvo promicanja interesa potrošača, pa tako i ispitanika, uvelike onemogućena.

S druge strane, stvarnost je takva da bez uistinu goleme količine obrađenih osobnih podataka ne bismo uživali internetsko iskustvo kakvo danas imamo niti bismo imali naizgled nenaplatan pristup mnogim digitalnim uslugama (od pretraživanja interneta preko manipulacije datotekama do komunikacije na daljinu) i digitalnim sadržajima (od fotografija preko glazbe do videa). Bez obrade osobnih podataka ne bi mogle opstati ni kolaborativne platforme.⁴⁵ Osim toga, čovječanstvo ne bi moglo tehnološki napredovati očekivanom brzinom bez povećanja obrade podataka. Goleme količine podataka služe razvoju umjetne inteligencije, odnosno strojnom učenju⁴⁶ na način kao što to čini *Alphabet*, odnosno *Google* kroz svoj sustav *DeepMind*. Bez tih podataka sustav uopće ne može funkcionirati ni biti unaprijeđen. Da bi samu sebe naučila, umjetna inteligencija mora prije toga biti tome poučena, odnosno opskrbljena ljudskim podacima – upravo onim golemim količinama koje prikupljaju informacijsko-tehnološki divovi.⁴⁷ Na to se

⁴² O nužnosti napretka u pravima potrošača, pa i uslijed digitalne transformacije i nezadovoljavajuće provedbe, vidjeti Commission Communication, A New Consumer Agenda: Roadmap, <https://ec.europa.eu/info/law/better-regulation/have-your-say/initiatives/12464-A-New-Consumer-Agenda> (posljednji posjet 27.12.2020.); Europska strategija za podatke, str. 6 i dalje.

⁴³ Prijedlog Akta o digitalnim uslugama, str. 11; Europska strategija za podatke, str. 8.

⁴⁴ Vidjeti članak 83. Opće uredbe o zaštiti podataka.

⁴⁵ Marco Inglese, *Regulating the Collaborative Economy in the European Union Digital Single Market*, Cham: Springer, 2019., str. 136.

⁴⁶ European Commission, White Paper on Artificial Intelligence: a European approach to excellence and trust, COM(2020) 65 final, Brussels, 19. 2. 2020., COM(2020) 65 final.

⁴⁷ U postupku učenja umjetna inteligencija *DeepMind* uspjela je napraviti značajni iskorak u biologiji omogućivši 3D prikaz proteina (Ewen Callaway, „It will change everything“: DeepMind’s AI makes gigantic leap in solving protein structures, *Nature*, <https://www.nature.com/articles/d41586-020-03348-4> (posljednji posjet 3. 2. 2021.)), dok je prilikom pokušaja da detektira maligne i benigne tumore na temelju fotografija uočeno da je nakon brojnih primjera kojima je bila izložena postavila kao kriterij – blizinu ravnala promjeni na koži, jer je utvrdila da to odgovara obrascu iz uzorka fotografija (*DeepMind: The Podcast, Episode 1: AI and Neuroscience: The Virtuous Circle*, <https://audioboom.com/posts/7345836-ai-and-neuroscience-the-virtuous-circle> (posljednji posjet 3. 2. 2021.)).

nadovezuje i prednost koju će u odnosu na ostale steći u najnovijim inovativnim pothvatima, što će pak onemogućiti daljnju konkurenciju – opet potencijalno na štetu pojedinaca.

Prema riječima predsjednika Europskog vijeća Charlesa Mitchela, „ne smijemo zlorabiti podatke – naš novi resurs 21. stoljeća“ kao što su materijalni resursi ranije bili zlorabljani. On u svojem nedavnom govoru u kojem proteže tu metaforu ukazuje na prakse zlorabe osobnih podataka njihovim prekomjernim iskorištavanjem od strane trgovačkih društava radi povećanja zarade ili nadzora nad građanima. Novi digitalni resursi trebaju se mudro koristiti kako bi se „zaštito ‘okoliš’ naših temeljnih vrijednosti – demokracije i individualnih sloboda“. S obzirom na to da je to ne samo političko već i ekonomsko pitanje, potrebno je da Europska unija „osigura održivost tih resursa“. U svojem govoru također osnažuje prava pojedinaca na digitalnom tržištu navodeći da „građani neće prihvatiti da ih se pretvori u objekte, da dožive da su njihovi osobni i potrošački izbori navođeni tajnim algoritmima.“⁴⁸ Iako neke od citiranih poruka mogu zvučati primamljivo, valja ih uzeti s dozom opreza. Poimanje osobnih podataka kao gospodarskog resursa nije posve lišeno problema jer je potencijalno suprotstavljeno načelima zaštite osobnih podataka, posebice načelu ograničavanja svrhe i načelu smanjenja količine podataka iz članka 5. Opće uredbe o zaštiti podataka.⁴⁹ Iznosi se i tvrdnja da umjetna inteligencija za svrhe čijeg se razvoja i rada obrađuju goleme količine podataka dolazi u sukob s gotovo svim načelima iz članka 5.⁵⁰

Usprkos dosadašnjem razvoju horizontalnog pristupa regulaciji digitalnog sektora počevši od reguliranja e-trgovine,⁵¹ Europska unija i dalje ne pridaje dostatnu važnost holističkom regulatornom pristupu.⁵² Naime, praksa Suda Europ-

⁴⁸ Digital sovereignty is central to European strategic autonomy, Speech by President Charles Michel at “Masters of digital 2021” online event, 3. 2. 2021., https://www.consilium.europa.eu/en/press/press-releases/2021/02/03/speech-by-president-charles-michel-at-the-digitaleurope-masters-of-digital-online-event/?utm_source=dsms-auto&utm_medium=email&utm_campaign=Digital+sovereignty+is+central+to+European+strategic+autonomy+-+Speech+by+President+Charles+Michel+at+%22Masters+of+digital+2021%22+online+event (posljednji posjet 4. 2. 2021.).

⁴⁹ Thomas Steinz, *The Evolution of European Data Law*, u: Paul Craig, Gráinne de Búrca (ur.), *The Evolution of EU Law*, 3. izd., Oxford: OUP, 2021., <https://ssrn.com/abstract=3762971> (4. 2. 2021.), str. 46-47.

⁵⁰ Nikolaus Marsch, *Artificial Intelligence and the Fundamental Right to Data Protection: Opening the Door for Technological Innovation and Innovative Protection*, u: Thomas Wischmeyer, Timo Rademacher (ur.), *Regulating Artificial Intelligence*, Cham: Springer, 2020., str. 36-37.

⁵¹ Direktiva 2000/31/EZ o određenim pravnim aspektima usluga informacijskog društva na unutarnjem tržištu, posebno elektroničke trgovine (Direktiva o elektroničkoj trgovini), SL L 178, 17.7.2000., str. 1-16., posebno izdanje na hrvatskom: pogl. 13., sv. 39., str. 58-73. Za analizu direktive vidjeti I. Kunda, *Elektronička trgovina*, op. cit., str. 228. i dalje.

⁵² Vidjeti Manon Oostveen, Kristina Irion, *The Golden Age of Personal Data: How to Regulate an Enabling Fundamental Right?*, u: Conde Gallego Bakhoun, Surlblyte Mackenordt (ur.), *Personal Data in Competition, Consumer Protection and IP Law – Towards a Holistic Approach?*, Berlin: Springer, 2018., str. 7-26.

ske unije tumači postojeće propise pokušavajući hvatati korak s promjenama u društveno-ekonomskim odnosima s digitalnom pozadinom, dok je zakonodavna aktivnost Europske unije intenzivirana posljednjih godina kroz Strategiju jedinstvenog digitalnog tržišta⁵³ ostajala vjerna starom sustavu razmišljanja i reguliranja naslijeđenom iz preddigitalnog razdoblja.

*Čini se da je slijedom priopćenja Europske komisije u vidu dvaju akata, Izgradnja digitalne budućnosti Europe i Europska strategija za podatke,*⁵⁴ ipak na pomolu – zasad stidljivo – otvaranje novim vizijama. Obrisi se naziru u prijedlozima Akta o digitalnim uslugama⁵⁵ i Akta o digitalnim tržištima.⁵⁶ Prijedlozi su osmišljeni da budu usklađeni s drugim europskim instrumentima, uključujući Povelju Europske unije o temeljnim pravima⁵⁷ i Europsku konvenciju o ljudskim pravima,⁵⁸ Opću uredbu o zaštiti podataka i pravnu stečevinu Europske unije u području zaštite potrošača.

Prijedlog Akta o digitalnim uslugama horizontalna je inicijativa usmjerena na pitanja kao što su odgovornost internetskih posrednika za sadržaj treće strane, sigurnost korisnika na internetu ili asimetrične obveze postupanja s dužnom pažnjom za različite pružatelje usluga informacijskog društva, ovisno o priro-

⁵³ Komunikacija Komisije Europskom parlamentu, Vijeću, Europskom gospodarskom i socijalnom odboru i Odboru regija, Strategija jedinstvenog digitalnog tržišta za Europu, Bruxelles, 6. 5. 2015., COM(2015) 192 final. Komisija je svoje zaključke o uspjehu provedbe pozitivno ocijenila, <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/shaping-digital-single-market#Achievements> (posljednji posjet 27. 1. 2021.), a među propisima vidjeti, primjerice, Uredbu (EU) 2017/1128 Europskog parlamenta i Vijeća od 14. lipnja 2017. o prekograničnoj prenosivosti usluga internetskog sadržaja na unutarnjem tržištu, SL L 168, 30. lipnja 2017., str. 1-11, L 198, 28. srpnja 2017., str. 42; Direktivu (EU) 2019/790 Europskog parlamenta i Vijeća od 17. travnja 2019. o autorskom i srodnim pravima na jedinstvenom digitalnom tržištu i izmjeni direktiva 96/9/EZ i 2001/29/EZ, SL L 130, 17. svibnja 2019., str. 92-125. (u daljem tekstu: Direktiva o autorskom pravu na jedinstvenom digitalnom tržištu); Uredbu (EU) 2019/1150 Europskog parlamenta i Vijeća od 20. lipnja 2019. o promicanju pravednosti i transparentnosti za poslovne korisnike usluga internetskog posredovanja, SL L 186, 11. srpnja 2019.; SL L 136, 22. svibnja 2019., str. 1-27; Direktivu (EU) 2019/770 Europskog parlamenta i Vijeća od 20. svibnja 2019. o određenim aspektima ugovora o isporuci digitalnog sadržaja i digitalnih usluga, SL L 136, 22. 5. 2019., str. 1-27; Direktivu (EU) 2019/771 Europskog parlamenta i Vijeća od 20. svibnja 2019. o određenim aspektima ugovora o kupoprodaji robe, izmjeni Uredbe (EU) 2017/2394 i Direktive 2009/22/EZ te stavljanju izvan snage Direktive 1999/44/, SL L 136, 22. svibnja 2019., str. 28-50.

⁵⁴ Komunikacija Komisije Europskom parlamentu, Vijeću, Europskom gospodarskom i socijalnom odboru i Odboru regija, Europska strategija za podatke, Bruxelles, 19. 2. 2020., COM(2020) 66 final.

⁵⁵ Prijedlog Uredbe Europskog parlamenta i Vijeća o jedinstvenom tržištu digitalnih usluga (Akt o digitalnim uslugama) i izmjeni Direktive 2000/31/EZ, Bruxelles, 15. 12. 2020., COM(2020) 825 final, 2020/0361 (COD), str. 1.

⁵⁶ Prijedlog Uredbe Europskog parlamenta i Vijeća o pravednim tržištima neograničenog tržišnog natjecanja u digitalnom sektoru (Akt o digitalnim tržištima), Bruxelles, 15. 12. 2020., COM(2020) 842 final, 2020/0374(COD).

⁵⁷ SL C 202, 7. 6. 2016., str. 389-405.

⁵⁸ NN MU br. 18/1997., 6/1999. (pročišćeni tekst), 8/1999. (ispravak), 14/2002., 1/2006. i 13/2017.

di društvenih rizika koje takve usluge predstavljaju. U pogledu prethodno spomenutog primjera nedostataka informacija kod ispitanika o načinima na koje se kreiraju njihovi osobni mrežni profili poglavito radi oglašavanja, ali i drugih usluga, prijedlogom Akta o digitalnim uslugama predviđena je dužnost internetske platforme da primatelja usluge informira o glavnim parametrima koji se upotrebljavaju za prikazivanje konkretnog oglasa i koji daju smislena objašnjenja logike koja se upotrebljava u tu svrhu, među ostalim kada se to temelji na izradi profila. Navedeno bi bila nadogradnja na postojeće odredbe Opće uredbe o zaštiti podataka, posebno onih koje se odnose na pravo na prigovor, automatizirano pojedinačno donošenje odluka, uključujući izradu profila iz članka 22., a osobito na potrebu za dobivanjem privole ispitanika prije obrade osobnih podataka za ciljano oglašavanje.⁵⁹ Dopunjuju se i ne mijenjaju odredbe o pravu na prigovor na obradu osobnih podataka iz Opće uredbe o zaštiti osobnih podataka. Time se internetskim platformama uvode obveze u pogledu transparentnosti, a njihovim korisnicima te će informacije omogućiti korištenje svojim pravima kao ispitanici. Isto tako, tijelima vlasti i provjerenim istraživačima omogućio bi se nadzor nad načinom prikazivanja i usmjeravanja oglasa.⁶⁰

Za razliku od toga, prijedlog Akta o digitalnim tržištima usmjeren je na gospodarske neravnoteže, nepoštene poslovne prakse nadzornika pristupa i negativne posljedice tih praksi, kao što je ograničena mogućnost tržišnog natjecanja na tržištima platformi. Komisija očekuje da bi predložene obveze transparentnosti o dubinskom profiliranju potrošača iz prijedloga Akta o digitalnim tržištima trebale pridonijeti učinkovitijoj provedbi Opće uredbe o zaštiti podataka, dok se obveznom mogućnošću izuzimanja od upotrebe podataka za sve osnovne usluge platforme nadopunjuje postojeća razina zaštite na temelju te Uredbe.⁶¹ U prijedlogu se pojašnjava da je na nadzornicima pristupa (engl. *gatekeepers*), dakle društvima koja upravljaju *online* platformama, da osiguraju da poštovanje obveza utvrđenih Aktom bude u potpunosti u skladu sa zakonodavstvom Europske unije u drugim područjima, kao što je zaštita osobnih podataka i privatnosti ili zaštita potrošača.

Definiranje područja primjene *ratione personae* pojedinih segmenata navedenih dvaju prijedloga na operacionalni način, uz pokušavanje preslikavanja stanja na tržištu pomoću pojmova poput „internetska platforma“ i „nadzornik pristupa“, korak je dalje u funkcionalnom pristupu zakonodavca Europske unije. Prijedlogom Akta o digitalnim uslugama za djelovanje online platformi, koje uživaju različiti pravni položaj na temelju ekonomskih kriterija, objedinjuju se privatno-

⁵⁹ Uvodna izjava 53. prijedloga Akta o digitalnim uslugama.

⁶⁰ Prijedlog Akta o digitalnim uslugama, str. 5.

⁶¹ Prijedlog Akta o digitalnim tržištima, str. 4.

pravna odgovornost i javnopravni nadzor, vanjski regulatorni okvir i unutarnji organizacijski sustav te informiranje korisnika i mehanizmi rješavanja sporova. Do fundamentalnog napretka u regulatornom okviru potrebno je u zakonodavstvo prenijeti duh prava informacijskih i komunikacijskih tehnologija kao skupa pravnih pravila koja, ne ograničavajući se tradicionalnim podjelama na pravne grane, funkcionalno pristupaju pravnim pitanjima objedinjujući pravna (i interdisciplinarna) saznanja i propitujući postojeće uređenje u gotovo svim tradicionalnim pravnim granama. Naime, pitanje zaštite prava pojedinca na jedinstvenom digitalnom tržištu vrlo je široko i horizontalno siječe mnoge pravne grane i politike te zakonodavne aktivnosti Europske unije, među kojima je i zaštita osobnih podataka koja je u središtu zanimanja u ovom radu, no neraskidivo je povezana i sa svim drugim jer su podatci, a posebno osobni podatci, osnova digitalne ekonomije⁶² današnjice, ali i sutrašnjice.

I Europska strategija za podatke također usvaja otvoreniji pristup reguliranju društvenih odnosa koji nastaju u vezi s obradom osobnih podataka na internetu. Njome se definiraju mjere i ulaganja na temelju politika kojima se podržava podatkovno gospodarstvo u Europskoj uniji u sljedećih pet godina. Posebno se planira uspostava devet zajedničkih europskih podatkovnih prostora u strateškim sektorima i područjima od javnog interesa.⁶³ Oni se usredotočuju na sve podatke: neosobne, osobne i miješane. Pritom se zadržava standard zaštite osobnih podataka kakav je uspostavljen propisima Europske unije, dok bi ostali podatci trebali biti dostupniji široj zajednici radi istraživanja i ponovne uporabe. Komisija se posebno nada da će takav pristup pogodovati malim i srednjim poduzetnicima za koje će mjere osmisliti u predstojećoj europskoj strategiji za MSP-ove. Podaci su važna prednost u tom kontekstu jer osnivanje ili povećanje poduzeća na temelju podataka ne iziskuje intenzivno uključivanje kapitala. MSP-ovima i novim perspektivnim poduzećima često su međutim potrebni pravni i regulatorni savjeti kako bi u potpunosti iskoristili brojne buduće mogućnosti poslovnih modela temeljenih na podacima. Za sve te aktivnosti bit će im osiguran pristup programima *Obzor Europa* i *Digitalna Europa* te strukturnim i investicijskim fondovima.⁶⁴

Reakcija na trenutnu ugroženost prava na zaštitu osobnih podataka pojavila se u smislu inicijativa kao što su *MyData*, *Decode*, *Solid*, *Radicalxchange* i dr. Promiču nužnost osiguravanja pojedincima alata i sredstava za konkretno i precizno

⁶² O digitalnoj ekonomiji vidjeti Rumana Bukht, Richard Heeks, *Defining, Conceptualising and Measuring the Digital Economy*, *Manchester Centre for Development Informatics Working Paper* 68, 2017., <https://diodeweb.files.wordpress.com/2017/08/diowkppr68-diode.pdf> (posljednji posjet 2. 2. 2021.), str. 4-10.

⁶³ Europska strategija za podatke, str. 22-24.

⁶⁴ Europska strategija za podatke, str. 22.

odlučivanje o njihovim osobnim podacima. Ti alati i sredstva obuhvaćaju alate za upravljanje privolom, računalne programe za upravljanje osobnim podacima, uključujući potpuno decentralizirana rješenja koja se temelje na lancima blokova, kao i zadruge ili trustove za osobne podatke koji djeluju kao novi neutralni posrednici u gospodarstvu osobnih podataka. Trenutačno su takvi alati još u začetku, no Europska komisija uvjerenja je da imaju potencijal i da ih treba poticati vjerujući da bi se na taj način ostvarile znatne koristi za ispitanike, uključujući one za njihovo zdravlje i dobrobit, bolje osobne financije, smanjeni ekološki otisak, neometan pristup javnim i privatnim uslugama te veći nadzor i transparentnost u pogledu obrade njihovih osobnih podataka.⁶⁵

4. Zaključak

U svjetlu trenutnih stvarnih odnosa na globalnom digitalnom tržištu istinska kontrola nad osobnim podacima čini se kao potpuna iluzija. Dominacija malobrojnih informacijsko-tehnoloških giganta oduzima mogućnost ulaska na tržište takmacima i kao taoce svojih poslovnih modela drži pojedince (ali i druge poduzetnike). Ne bi li prekinuli začarani krug i omogućili toj iluziji da preraste u neku buduću stvarnost, potreban je kritični preokret u pristupu zakonodavaca i mentalitetu pojedinaca.⁶⁶ Preokrenuti tijek razvoja protiv tržišnih moćnika koji uživaju potporu svoje matične države nije nimalo lak zadatak za Europsku uniju i iziskuje osmišljavanje inovativnih zakonodavnih pristupa i izuzetno snažnu i dugotrajnu javnu kampanju koja bi osigurala informiranje i senzibiliziranje ispitanika o svim aspektima postupanja s njihovim osobnim podacima. Samo propisivanje dužnosti internetskih platformi na transparentno navođenje pojedinosti može opet lako dovesti do zamora na strani ispitanika. U tom bi smislu Europska unija trebala biti svjesna da će giganti nastaviti na sve načine braniti svoje sadašnje tržišne pozicije, među ostalim i daljnjim oslanjanjem na nalaze iz područja bihevioralne ekonomije te kognitivne psihologije i psihologije ličnosti (ali i sociolingvistike, neurolingvistike, semantike i sl.), dobro znajući koji čimbenici oblikuju ponašanje pojedinaca (potrošača, ispitanika) kada su primijenjeni u komercijalnoj komunikaciji.

Izvjesno je stoga da zakonodavstvo usredotočeno na zahtjeve kao što je transparentnost neće moći dostatno odgovoriti na sadašnje izazove kada je poznato

⁶⁵ Europska strategija za podatke, str. 11.

⁶⁶ Istraživanja su pokazala da su među državama članicama znatne razlike u raznim aspektima zaštite osobnih podataka. Osim regulatornog (posebice prije Opće uredbe o zaštiti osobnih podataka), razlike postoje i u pogledu transparentnosti i javno dostupnih informacija o obradi osobnih podataka, razine političke rasprave, kao i udjela u budžetu sredstava namijenjenih zaštiti osobnih podataka. Bart Custers i dr., *EU Personal data Protection in Policy and Practice*, The Hague: Asser Press/Berlin: Springer, 2019., str. 230.

da je neograničena racionalnost pojedinca samo opovrgnuta teorijska postavka. Zakonodavstvo će morati biti informirano suvremenim spoznajama o ponašanju pojedinca kad donosi odluku te eventualno pribjeći zabranama konkretnih vidova postupanja internetskih platformi prema ispitanicima i, još važnije, predvodnički pristupiti oblikovanju alata namijenjenih za zaštitu prava pojedinaca. Osim propisa, i druga sredstva praktično utječu na regulaciju osobnih podataka. Među njima su jakost infrastrukture, tehnički standardi, koncentracija podataka i sl., pa je u tom smislu opravdano očekivanje da Europska unija i na tom planu čim prije poduzme intenzivne korake. Europska digitalna budućnost bit će odraz sadašnjih napora, a da u njoj zaštita osobnih podataka ne ostane samo iluzija, potrebno je čim prije materijalizirati ideje koje će biti rezultat holističkog pristupa.

Korišteni izvori

- Eyal Benvenisti, Upholding Democracy Amid the Challenges of New Technology: What Role for the Law of Global Governance?, *European Journal of International Law*, vol. 29, br. 1, 2018., str. 9-82.
- Shawn Marie Boyne, Data Protection in the United States: U.S. National Report, u: Dario Moura Vicente, Sofia de Vasconcelos Casimiro (ur.), *Data Protection on the Internet*, Cham: Springer, 2020., str. 409-455.
- Laura Brandimarte, Alessandro Acquisti, George Loewenstein, Misplaced Confidences: Privacy and the Control Paradox, *Social Psychological and Personality Science*, vol. 4, br. 3, 2012., str. 340-347.
- Alexander L. Brown, Asymmetric Information, u: Mie Augier, David J. Teece (ur.), *The Palgrave Encyclopedia of Strategic Management*, London: Palgrave Macmillan, 2016., https://doi.org/10.1057/978-1-349-94848-2_458-1 (2. 2. 2021.).
- Rumana Bukht, Richard Heeks, Defining, Conceptualising and Measuring the Digital Economy, *Manchester Centre for Development Informatics Working Paper 68*, 2017., <https://diodeweb.files.wordpress.com/2017/08/diwp68-diode.pdf> (posljednji posjet 2. 2. 2021.), str. 4-10.
- Ewen Callaway, „It will change everything“: DeepMind’s AI makes gigantic leap in solving protein structures, *Nature*, <https://www.nature.com/articles/d41586-020-03348-4> (posljednji posjet 3. 2. 2021.)
- Elena Carpanelli, Nicole Lazerini (ur.), *Use and Misuse of New Technologies, Contemporary Challenges in International and European Law*, Cham: Springer, 2019.
- Bart Custers i dr., *EU Personal Data Protection in Policy and Practice*, The Hague: Asser Press/Berlin: Springer, 2019.

- DeepMind: The Podcast, Episode1: AI and Neuroscience: The Virtuous Circle, <https://audioboom.com/posts/7345836-ai-and-neuroscience-the-virtuous-circle> (posljednji posjet 3. 2. 2021.).
- Nicholas Economides, Ioannis Lianos, Restrictions on Privacy and Exploitation in the Digital Economy: A Market Failure Perspective (January 27, 2021), *Journal of Competition Law and Economics*, Forthcoming, NET Institute Working Paper No. #20-05, <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3686785> (posljednji posjet 2. 2. 2021.).
- European Commission, *Shaping Europe's Digital Future*, Luxembourg: European Union, 2020.
- Forbes, Top 100 Digital Companies: 2019 Report, <https://www.forbes.com/top-digital-companies/list/#tab:rank> (posljednji posjet 1. 2. 2021.).
- Marco Inglese, *Regulating the Collaborative Economy in the European Union Digital Single Market*, Cham: Springer, 2019.
- Ivana Kunda, Elektronička trgovina, u: *Europsko privatno pravo: posebni dio*, Zagreb: Školska knjiga, 2021., str. 228-285.
- Ivana Kunda, European Union legislation: how far does it reach beyond the EU border?, u: Poomintr Sooksripaisarnkit, Sai Ramani Garimella (ur.), *China's One Belt One Road Initiative and Private International Law: Addressing Private International Law Concern*, New York: Routledge, 2018., str. 94-122.
- Carmen Langhanke, Martin Schmidt-Kessel, Consumer Data as Consideration, *Journal of European Consumer and Market Law*, vol.6, 2015., str. 215-274.
- Darja Lončar Dušanović, *Back to Bases: Overcoming Legal Uncertainty in Personal Data Processing in EU* (doktorska disertacija), Rijeka: Pravni fakultet u Rijeci, 2021.
- Tobias Lutzi, *Private International Law Online*, Oxford: OUP, 2020.
- Nikolaus Marsch, Artificial Intelligence and the Fundamental Right to Data Protection: Opening the Door for Technological Innovation and Innovative Protection, u: Thomas Wischmeyer, Timo Rademacher (ur.), *Regulating Artificial Intelligence*, Cham: Springer, 2020., str. 33-52.
- Giuseppe Mazziotti, What Is the Future of Creators' Rights in an Increasingly Platform-Dominated Economy?, *International Review of Intellectual Property and Competition Law*, vol. 51, 2020., str. 1027-1032.
- Horatia Muir Watt, The Relevance of Private International Law to the Global Governance Debate, u: Horatia Muir Watt, Diego P. Fernández Arroyo (ur.), *Private International Law and Global Governance*, Oxford: OUP, 2014.
- Andrew Murray, *Information Technology Law: The Law and Society*, 2. izd., Oxford: OUP, 2013.
- Manon Oostveen, Kristina Irion, The Golden Age of Personal Data: How to Regulate an Enabling Fundamental Right?, u: Conde Gallego Bakhoun, Surlblyte Mackenordt (ur.), *Personal Data in Competition, Consumer Protection and IP Law – Towards a Holistic Approach?*, Berlin: Springer, 2018., str. 7-26.

- Open Society Foundation, *Technology and the future of work: the state of the debate*, 2015., <https://www.opensocietyfoundations.org/publications/technology-and-future-work-state-debate> (posljednji posjet 10. 5. 2020.).
- Katarzyna Południak, From Information Asymmetry to Information Overload – Technological Society of Consumers, u: Patrícia Kaplánová (ur.), *Contemporary issues of societal development*, Novo mesto: Faculty of Organization Studies, 2017., str. 31-47.
- Nick Srnicek, *Platform Capitalism*, Oxford: Polity Press, 2016.
- Thomas Steinz, The Evolution of European Data Law, u: Paul Craig, Gráinne de Búrca (ur.), *The Evolution of EU Law*, 3. izd., Oxford: OUP, 2021., <https://ssrn.com/abstract=3762971> (4. 2. 2021.).
- UNCTAD, *Digital Economy Report – Value Creation and Capture: Implications For Developing Countries*, Geneva: United Nations, 2019., https://unctad.org/system/files/official-document/der2019_en.pdf (posljednji posjet 1. 2. 2021.).
- Dejan Verčič, Why Invest in Strategic Communication? Because It Creates Value, *Communication Management Review*, vol. 1, br. 1, 2016., str. 28-40.
- Danijela Vrbljanac, Zaštita osobnih podataka, u: *Europsko privatno pravo: posebni dio*, Zagreb: Školska knjiga, 2021., str. 288-347.