

EKONOMIE A FINANCE

REGULACE STRÁŽCŮ OBSAHU NA INTERNETU

Nebrat sílu platformem na lehkou váhu

Justin Nogarede
listopad 2021



Bez legislativy a investic se z internetu stal ekosystém mocných a soukromých *strážců přístupu k internetovému obsahu*, digitálních platform, které mají pod kontrolou široké spektrum služeb nezbytných pro podniky, občany a veřejnost.



Tito strážci za pomoci technologického nastavení svých služeb řídí různé společenské aktivity způsoby, které se čím dál tím častěji nachází v rozporu s veřejným zájmem, celospolečenským prospěchem a právy občanů.



EU s nimi musí co nejdříve vyrovnat síly, a to nejen z důvodu zachování hospodářské soutěže a inovace, ale také za účelem podpoření ekonomické a politické svobody občanů a ochrany demokracie.

Obsah

Předmluva	2
Shrnutí a doporučení	3
Proč by měla EU řešit obchodní model velkých internetových platforem?	3
Proč dosavadní řešení ze strany EU nestačí?	3
Co by měla EU tedy udělat?	3
Doporučení	4
1. ÚVOD	6
2. INTERNETOVÉ PLATFORMY: STRÁŽCI PŘÍSTUPU V DIGITÁLNÍM VĚKU	7
2.1 Veřejná infrastruktura, korporátní řízení	7
2.2 Hierarchický ekosystém mocných hráčů	8
2.3 Internetové platformy: strážci přístupu v digitálním věku	8
2.4 Demokracie a společnost: negativní externality?	11
3. STÁVAJÍCÍ PRÁVNÍ RÁMEC EVROPSKÉ POLITIKY	14
3.1 Politika hospodářské soutěže: úzká interpretace aplikována příliš široce	14
3.2 Pravidla: sektorově specifická proti horizontálním	17
3.3 Metody vynucování pravidel: obecné nařízení o ochraně údajů	21
4. CO JE SE STRÁŽCI INTERNETU TŘEBA UDĚLAT?	24
4.1 Internet jako infrastruktura	24
4.2 Strážci internetu: jednoduchá a nesymetrická pravidla	25
4.3 Obsah, informace a demokracie	26
Přehled grafických materiálů	28

Předmluva

Autor i nadace, které se na tomto projektu podílely, by tímto rádi poděkovali Michelle Meagherové za její příspěvky, stejně jako účastníkům seminářů za konstruktivní zpětnou vazbu,

zvláště pak expertům Catalině Goantaové, José van Dijckové a Orle Lynskeyové.

(Anglický) originál publikován v lednu 2021 těmito subjekty:



THE FOUNDATION FOR EUROPEAN PROGRESSIVE STUDIES (FEPS)
Rue Montoyer 40, B-1000 Brussels, Belgium
+32 2 234 69 00, info@fepe-europe.eu, www.fepe-europe.eu



FRIEDRICH-EBERT-STIFTUNG
Hiroshimastrasse 28, D – 10785 Berlin, Germany
+49 30 26935-7413, www.fes.de



FONDATION JEAN-JAURES
12 Cité Malesherbes, 75009 Paris, France
+33 (0)1 40 23 24 00, www.jean-jaures.org



FUNDACION PABLO IGLESIAS
Calle Margués de Riscal 6, 28010 Madrid, Spain
www.fpabloiglesias.es



FONDAZIONE PIETRO NENNI
Via Alberto Caroncini 19, 00197 Rome, Italy
+39 (0) 68077486, info@fondazionenenni.it, www.fondazionenenni.it



Evropský parlament

S finanční podporou Evropského parlamentu.
Předkládaná studie neodráží názory Evropského parlamentu.

SHRNUTÍ A DOPORUČENÍ

PROČ BY MĚLA EU ŘEŠIT OBCHODNÍ MODEL VELKÝCH INTERNETOVÝCH PLATFORMEM?

Bez veřejné legislativy a investic se z internetu vyvinul online ekosystém mocných a soukromých *strážců přístupu k internetovému obsahu*¹, kteří mají pod kontrolou široké spektrum služeb nezbytných pro podniky, občany a veřejnost. Tito strážci za pomoci technologického nastavení svých služeb řídí různé společenské aktivity způsoby, které se čím dál tím častěji nachází v rozporu s veřejným zájmem, celospolečenským prospěchem a právy občanů.

Například princip fungování digitálních služeb podřízený tomu, jak se prodá co nejvíce reklamy, měl dalekosáhlé a nečekané dopady na kvalitu veřejné debaty a udržitelnost médií jako takových. Bez jakéhokoliv omezení by se moc a způsob fungování těchto strážců i nadále rozrůstaly do veřejných služeb, jako je například zdravotnictví a vzdělávání, stejně jako do fyzické infrastruktury, jako jsou mobilita a „chytřé domácnosti“. Je zapotřebí, aby EU zajistila, že tyto infrastruktury budou navrženy takovým způsobem, který bude podporovat interoperabilitu, ochranu dat, transparentnost a v konečném důsledku i demokracii jako takovou.

PROČ DOSAVADNÍ ŘEŠENÍ ZE STRANY EU NESTAČÍ?

Evropská unie se za účelem regulace velkých platformem již dlouho spoléhá na nástroje k zajištění férové hospodářské soutěže, avšak tyto technologické firmy i nadále rostou a pronikají do různých dalších sektorů, a tak se tento přístup, který má tendenci řešit problémy případ od případu, ukázal jako nedostačující. Navíc neřeší různé principiálnější společenské hodnoty a také základní občanská práva, která jsou ve hře též.

Od roku 2016 přistupuje EU k internetovým platformám skrze právní rámce jednotlivých sektorů, ve kterých jsou aktivní,

s cílem přizpůsobení jejich obchodního modelu veřejným zájmům. Avšak těmto různým seberegulačním a legislativním iniciativám dosud chyběly ty správné ambice, a tak jenom nadále přispívaly k tomu, že se celé pole stalo v právním ohledu komplikovanější. Jednoduše řečeno, sektorový přístup neřeší srůstající ekosystém mocných a různorodých platformem a politika seberegulace dosud znamenala, že o tom, jakým způsobem občané mohou využívat svých základních práv v online prostředí, rozhodují místo veřejných orgánů samotné platformy. EU by tedy k problému měla zaujmout spíše horizontální přístup, který by vytvořil nová pravidla pro strážce internetových služeb, a tedy i aktualizovat tzv. Směrnici o elektronickém obchodu (e-Commerce Directive, ECD) z roku 2000. Ta se původně nechala inspirovat legislativou Spojených států amerických, která klade jednostranný důraz na inovace a svobodu projevu a upozaduje jiná důležitá práva, jako jsou férovost, rovnost, mediální pluralita, zdraví a bezpečnost. Škodlivé dopady tohoto přístupu jsou čím dál patrnější, a to nejen v samotných Spojených státech.

Orgány odpovědné za vynucování stávající regulace dále nebyly dostatečně přísné v trestání mnohých provinění proti ní, a to hlavně u přestupků proti Obecnému nařízení o ochraně údajů (General Data Protection Regulation, GDPR), což napomohlo dalšímu rozrůstání nezákonných obchodních modelů v oblasti sběru osobních dat. Zvláště orgány pro ochranu dat se pak v porovnání s těmi největšími platformami potýkají s asymetrií v objemu dostupných informací a zdrojů, které jsou schopny vynaložit. Odpovědné orgány jsou nadto rozdrobeny různě po území EU a do jednotlivých sektorů, zatímco největší platformy operují po celé EU a jejich obchodní model má současně dopad na zákony o ochraně spotřebitele, ochranné dat a ochraně hospodářské soutěže. Jde tedy o asymetrický střet slabých, decentralizovaných a sektorově specifických orgánů moci výkonné proti silným, centralizovaným platformám, které fungují napříč různými sektory.

CO BY MĚLA EU TEDY UDĚLAT?

Evropská unie musí co nejdříve vyrovnat síly, a to nejen z důvodu zachování hospodářské soutěže a inovace, ale také za účelem podpoření ekonomické a politické svobody občanů a ochrany demokracie. To si žádá veřejné investice, nová a jednoduchá pravidla pro řízení internetových strážců a výrazné navýšení zdrojů a koordinování kapacit výkonné moci.

¹ V anglickém originále jako metaforické „online gatekeepers“ – míněny jsou digitální platformy, které čím dál častěji tvoří přístupové brány k dalšímu obsahu a službám na internetu. V českém překladu textu pro ně užíváme synonymně označení „strážci“, „strážci internetu“, „strážci přístupu k internetovému obsahu“, popř. „platformy“/ „digitální platformy“.

DOPORUČENÍ:

Veřejné investice do nezbytné infrastruktury

- Mnoho služeb, které platformy strážící přístup k internetu nabízí, tvoří dnes již nezbytnou infrastrukturu – přesto veřejné orgány zatím nevyvinuly přílišný tlak takovým směrem, který by jim zajistil spoluúčasť na utváření tohoto prostoru. Ten se momentálně vyznačuje především neustálým sledování svých uživatelů a uživatelů. Zlepšení této situace přijde pouze s veřejnými investicemi. Vzhledem k tomu, že se v rámci budoucího evropského rozpočtu po koronavirové pandemii brzy uvolní balíček 1,8 trilionů EUR ve formě veřejných fondů, tak by diskuze o tom, jak a kam je investovat, měla započít co nejdříve. Je třeba udělat jistá strategická rozhodnutí – například pro budování evropské cloudové infrastruktury je zapotřebí značných a dlouhodobých veřejných investic, a evropská digitální infrastruktura pro ochranu identity by zajistila občanům v krátkodobém a střednědobém horizontu více praktické kontroly nad svými daty.

Regulace: zaměřit se na ekonomickou, ALE TAKÉ politickou moc strážců internetu

- Politika pro zajištění hospodářské soutěže a sektorové specifické přístupy k regulaci internetových platforem jsou nedostačující. Uspokojivě omezit moc těch největších internetových platforem dosud nedovedly, místo toho vytvořily komplikované prostředí, ve kterém se menší podniky a noví hráči těžce orientují. EU by měla donutit velké platformy k větší odpovědnosti za jejich konání, avšak zároveň nesmí nevědomky upevnit jejich stávající pozici. EU by tedy měla vytvořit veřejnoprávní rámec, který se bude vztahovat pouze na ty největší internetové platformy, tedy na takzvané strážce internetu. Takový rámec by měl obsahovat zákony omezující či rovnou zakazující rozsáhlé monopolní praktiky strážců, spočívající například v upřednostňování svých vlastních produktů (skrze jejich preferované zobrazování, provázání nebo strategické využívání dat konkurentů).
 - Tento nový právní rámec by se však neměl omezit na obnovení hospodářské soutěže na trhu. Zůstává totiž faktem, že obchodní modely internetových strážců škodí nejen hospodářské soutěži, ale za pomoci nečitelných algoritmických systémů mohou také negativně ovlivnit spotřebitelská práva a ochranu osobních dat občanů. A když přihlídneme k rozsahu, ve kterém strážci operují, dotýká se takovéto algoritmické řízení společnosti a demokracie jako takové. Zavést pravidla chování pro platformy je důležité nejen za účelem ochrany základních práv občanů, ale také pro zachování důležitých veřejných hodnot, jako jsou demokracie a transparentnost.
 - EU by se neměla omezit na regulování koncentrované moci na digitálních trzích. Měla by se také aktivně
- zasadit o decentralizaci digitálních trhů a umožnit alternativní obchodní modely a rozkvět občanské společnosti. To znamená přijetí přísnějších pravidel pro fúze podniků a možná i zrušení některých z již uskutečněných spojení firem. EU by také měla vynaložit síly směrem k vyhodnocení dopadů této nové legislativy na mocenskou dynamiku. Evropská komise už zkoumá její dopady na malé a střední podniky, avšak tato analýza by se měla rozšířit na občanskou společnost a také přihlídnout ke zdravému fungování demokracie. Regulátoři by se měli sami sebe ptát, zda tyto iniciativy posílí současné rozložení moci, a pokud ano, jak tomu lze zabránit a jaké protichůdné síly mohou v rámci jejich rozhodování mobilizovat. To může například spočívat v účasti širší veřejnosti na řešení implementačních procesů nebo v ošetření práva na účast, konzultaci a kontrolu ze strany občanské společnosti.

Zajištění odpovědnosti a mediální plurality v „automatizované veřejné sféře“

- EU by měla aktualizovat svou Směrnici o elektronickém obchodu, která nedovede náležitě ošetřit současný stav internetu. Největší platformy pro sdílení obsahu už využívají systémy pro rozpoznání obsahu pro komerční účely a měly by mít povinnost používat tyto systémy také pro účely veřejného zájmu – například automaticky filtrovat nelegální obsah jako třeba dětskou pornografii. Tyto systémy nejsou dokonalé, a rozhodnutí by tedy mělo být podrobeno lidské kontrole a také by měla existovat možnost odvolání u nezávislého rozhodčího tělesa. Smazání nelegálního obsahu je samozřejmě pouze prvním krokem a je třeba, aby fungovalo v kombinaci s odpovídajícími národními trestněprávními postupy. Platformy by tedy měly mít povinnost hlásit protiprávní obsah a identifikovat jeho původ pro účely trestního řízení, jako tomu již je například v Německu (tzv. Zákon o prosazování práva na sítích).
- Politika EU se nemůže spokojit s akceptováním dominance velkých platforem, co se organizování veřejné diskuze na principu prodeje reklamy týče. EU by měla zvážit další opatření k ochraně evropské veřejné sféry, a tedy nespolehat pouze na současné zákony o audiovizuálních médiích. To bude od strážců přístupu k internetovému obsahu vyžadovat více transparentnosti ohledně jejich algoritmů a reklam. Avšak ještě důležitější bude inovace v rámci institucí a vystavení mocenské protiváhy – například v podobě evropského streamingového kanálu a vyhledavače, které by soustředily politické zpravodajství a dokumentární tvorbu převzatou od různých poskytovatelů v rámci EU s automatickým titulkováním ve všech jazycích sedmadvacítky. Zajímavý příklad nabízí nová německá Mezistátní smlouva o vysílání (Interstate Media Treaty), která za účelem zajištění mediální plurality vyžaduje od sociálních sítí větší transparentnost v jejich algoritmech.

Výkonná moc: Jak vyrovnat sílu a zdroje strážců internetu

- Největší ze strážců internetu jsou velmi centralizovaní, a to navzdory tomu, že operují v různých sektorech všech zemí EU. Své finance, data a know-how z jednoho sektoru využívají k expanzi do dalších. Jejich obchodní praktiky jsou navíc z hlediska mnoha právních odvětví problematické, a to převážně ve sféře hospodářské soutěže, ochrany dat a práv spotřebitelů. Avšak autority, které na plnění těchto pravidel dohlíží, jsou naopak rozdrobené; a to jak napříč sektory, tak po celé EU. Tuto asymetrii je třeba řešit, a to skrze vytvoření celoevropského regulačního orgánu se širokými pravomocemi.
- Tato nová pravidla si také žádají nové možnosti jejich vymáhání. EU musí být schopna rychle a flexibilně zasáhnout ve věci zajištění sdílení dat, přenositelnosti a interoperability a také lépe předejít problematickým firemním fúzím na již tak vysoce koncentrovaných trzích. Zvláště interoperabilita může ve sféře sociálních sítí napomoci rozdrobit efekty rozsahu (tzv. *scale effects*). Toto by nemělo být závislé na shledání zneužití dominantního postavení, protože tento postup byl vyzkoušen již dříve a vedlo to pouze k nekonečným právním sporům. Pokud by navíc požadavek interoperability vyžadoval předcházející shledání zneužití dominantního postavení, značně by to omezilo možnosti vynucování, které by zcela jistě měly zahrnovat přinejmenším oblast hospodářské soutěže, ochrany dat a spotřebitelské záležitosti.
- Aby orgány pro ochranu dat mohly vykonávat svou práci a byly důsledné ve své výkonné moci proti strážcům internetu, musí mít také dostatečný personál. Někteří tvrdí, že předešlé právní snahy, a to i ty úspěšné, jako například Obecné nařízení o ochraně údajů (GDPR), pouze upevnily již existující mocenské struktury. Byly to však právě nedostatky ve vymáhání zákonů pro ochranu dat, které strážcům umožnily dosáhnout své dnešní dominantní pozice, a to i přesto, že jejich obchodní modely byly povětšinou protizákonné. Pokud se bude GDPR lépe vůči strážcům vynucovat, umenší to jejich relativní moc a umožní změnit obchodní model, který staví na neustálém dohledu nad uživateli a behaviorálních reklamách.

1

ÚVOD

Digitální platformy nejmocnějšími aktéry dnešní digitální ekonomiky. S mottem „buď rychlý a překopávej pořádky“² se v celé řadě sektorů velmi rychle staly disruptivní silou. Od médií a komunikace, po e-commerce a pracovní trhy, platformy všude obcházejí zprostředkovatele a vytvářejí přímější kanály komunikace mezi spotřebiteli a prodávajícími, tvůrci a jejich obecnstvem, a čím dál tím více také mezi občany a veřejnými službami.

Platformy se tedy samy staly mocnými zprostředkovateli obsahu. Avšak ne všechny platformy si jsou rovny. Ekosystém platform je velmi centralizovaný a pouhých pár byznysových aktérů kontroluje klíčové pozice. Skrze kontrolu informačních toků, zboží a služeb a hodnotících systémů se těmto aktérům povedlo zohýbat trhy a vnútit veřejnosti a veřejným systémům svou vůli. Když se například Google rozhodne změnit svůj algoritmus vyhledávání, média po celém světě musí okamžitě změnit své fungování.³ Samotná velikost a zdroje těchto obchodních aktérů jim také umožňují pravidelně obcházet zákon a jednoduše přijmout občasně pokuty jako náklady, které s sebou jejich obchodní model přináší.

Infrastruktura, kterou platformové modely vybudovaly a řídí, není nijak neutrální, nýbrž je prostředkem pro jejich udržení se u moci. Způsob, jakým jsou navrženy, umožňuje sbírání dat a řídí chování svých uživatelů způsobem, který nahrává záměrům vlastníků dané platformy. Ačkoliv jsou občané, podniky i pracovníci odkázáni na celou řadu podobných platform, mají velmi malé povědomí o tom, jakým způsobem tyto platformy fungují, natož aby měli jakýkoliv hlas v jejich dalším směřování.

Skrze reorganizaci společenských aktivit pro účely extrakce dat a hodnoty z nich může mít obchodní model platform dalekosáhlé důsledky pro společnost a demokracii. Například

svým přístupem k informacím jako k jistému typu komodity znehodnotily veřejnou debatu tím, že umožnily šíření dezinformací. To je třeba řešit, protože internetové platformy momentálně rozšiřují své aktivity i na poskytování veřejných služeb jako třeba zdravotnictví či vzdělávání.

Po celém světě si instituce, legislativa, akademici i občanská společnost začínají tuto situaci lépe uvědomovat a snaží se ji řešit. Většina pozornosti je přitom soustředěna na obnovení hospodářské soutěže na digitálních trzích, jde ale o širší veřejný zájem. Už v roce 2016 přišla Evropská komise s celou řadou opatření, aby obchodní modely platform byly férovější, transparentnější a demokratičtější. Avšak čtyři roky poté již Komise nevěří, že tato pravidla – a efekt mnoha z nich zatím stále ani není plně patrný – budou sama o sobě dostačující.

Tento text vyhodnocuje stávající legislativu z pohledu moci, které se internetové platformy těší. Nabízí návrhy pro nadcházející evropskou aktualizaci regulačního rámce za účelem větší odpovědnosti internetových platform, nabízí návrhy nového regulačního rámce pro takzvané „strážce“ a dále navrhuje nástroje pro lepší vymáhání již existujících zákonů.

² Z originálu „Move fast and break things“ – výrok zakladatele Facebooku Marka Zuckerberga sloužící v začátcích jako slogan této sociální sítě (pozn. českého překladatele).

³ News & Tech (2020) ‚Google: Non-AMP content to appear in mobile top stories feature‘, 23. listopadu (https://newsandtech.com/dataline/google-non-ampcontent-to-appear-in-mobile-top-stories-feature/article_efe3ff0a-2dcb-11eb-ba26-27ddf6581409.html); Carmen Arroyo Nieto a Josep Valor (2019) ‚Google News changes its algorithm, and with it, the media industry‘, Media Matters Blog Network, Business School of Navarra, 28. října (<https://blog.iese.edu/the-media-industry/2019/10/28/google-news-changes-its-algorithm-and-with-it-the-media-industry/>).

2

INTERNETOVÉ PLATFORMY: STRÁŽCI PŘÍSTUPU V DIGITÁLNÍM VĚKU

2.1 VEŘEJNÁ INFRASTRUKTURA, KORPORÁTNÍ ŘÍZENÍ

Mnoho vynálezů a většina infrastruktury, které tvoří současný internet, jsou výdobytky desetiletí veřejných investic, které lze sledovat až do 50. let 20. století. Veřejné instituce, které tehdy vedly snahu o vystavění této sítě, podporovaly kooperativního ducha a sdílení vědeckých poznatků bez omezení právem na duševní vlastnictví. To vedlo k vytvoření internetu, který se stal otevřenou „sítí mnoha sítí“, v rámci které si mohl jakýkoliv počítač či jejich síť vyměňovat informace na základě sdíleného „technického jazyka“.⁴

Avšak jakmile se ukázalo, jak hodnotná tato síť pro občany a podniky je, Spojené státy se tuto infrastrukturu, kterou dnes známe jako „internet“, rozhodly zprivatizovat.⁵ V Evropě byly telekomunikační podniky, které poskytovaly část této fyzické sítě, také povětšinou zprivatizované, ačkoliv stále zůstávaly regulované.⁶ EU se záměrem vytvoření jednotného trhu nastavila pravidla pro liberalizaci a standardizaci telekomunikačních služeb po celé unii. To zahrnovalo sdílená pravidla připojení, ochrany dat, ochrany spotřebitele a kvality služeb.

Avšak obecně vzato Evropská komise vyznávala podobnou ideologii jako Spojené státy – v roce 1997 například prohlásila, že „expanze elektronického obchodování bude určována trhem“.⁷ Regulátoři tedy přestali řešit nové digitální aplikace, které se v té době rodily, a až donedávna preferovali velmi omezenou regulaci či samoregulaci ze strany internetového průmyslu.⁸ To je asi nejvíce patrné v případě Směrnice o elektronickém obchodu z roku 2000, která pro utváření součas-

ného internetu hrála klíčovou roli. Pro služby, které staví na fyzické infrastruktuře internetu, směrnice nastoluje minimum obecných pravidel. Jedno z hlavních ustanovení zbavuje internetové prostředníky, tedy například poskytovatele hostingu webových stránek, odpovědnosti za obsah, který vysílají, ukládají či poskytují.⁹ Jde o takzvané „privilegium platform“. To vycházelo z článku 230 amerického Communications Decency Act, který je momentálně ve Spojených státech středem zájmu.

Rámeček 1 Pro veřejný prostor není místo

Když se v 90. letech minulého století Spojené státy rozhodly plně privatizovat předchůdce dnešního internetu, senátor Daniel Inouye byl proti. Tvrdil, že protože vláda USA financovala tvorbu sítě, měla by si vyhradit aspoň 20 % celkové kapacity internetu pro nekomerční užívání neziskových organizací, místních komunit a dalších veřejně prospěšných skupin. Navíc se vyslovoval pro vytvoření veřejného fondu, do kterého by telekomunikační firmy platily poplatky za účelem pomoci neziskovým organizacím a státním uživatelům, kteří by tak mohli vyhrazenou internetovou kapacitu využít. Jeho návrhy nebyly vyslyšeny.¹⁰

Evropská Unie v roce 1997 neodhadla – a pravděpodobně ani odhadnout nemohla – že internetový prostor nebude pouze online nákupní centrum, ale že bude mnohem zásadnější fenomén a že jádro jeho infrastruktury do budoucna nebude spočívat pouze v pasivních poskytovatelských službách. V následujících desetiletích se objevil nový obchodní model, který má jedinečnou schopnost sbírat, ukládat a zpracovávat data různých typů uživatelů, které jsou propojeny skrze online rozhraní – tedy skrze platformu. Dnes jsou internetové platformy zásadní pro fungování naší ekonomiky, společnosti i demokracie, a to jak v online prostředí, tak mimo něj. Platformy hrají roli zprostředkovatele komunikací, strukturují vyhledávání informací, umožňují platby, kontrolují mediální sektor, provozují elektronické obchodní trhy a jsou zásadní pro pracovníky a podnikatele na volné noze v rámci

4 Ben Tarnoff (2016) ‚The Internet Should be a Public Good‘, Jacobin, 31. srpna.

5 Yasha Levine (2018) *Surveillance Valley. The Secret Military History of the Internet*, New York: PublicAffairs; Shane Greenstein (2015) *How the Internet Became Commercial. Innovation, Privatization, and the Birth of a New Network*, Princeton: Princeton University Press.

6 Kjell A. Eliassen a Johan From (eds) (1999) *The Privatisation of European Telecommunications*, Aldershot: Ashgate Publishing, kapitola 1.

7 Evropská komise, ‚A European Initiative in Electronic Commerce‘, COM(97)157.

8 Viz. například Evropská komise, ‚Online Platforms and the Digital Single Market Opportunities and Challenges for Europe‘, COM (2016) 0288. Toto nikdy neplatilo pro operátorskou stranu internetu, která byla vždy silně regulovaná, a to hlavně za účelem zajištění liberalizace a integrace trhů.

9 Směrnice 2000/31/EC týkající se jistých právních aspektů služeb informační společnosti, a to hlavně e-commerce, na vnitřním trhu.

10 Yasha Levine, op cit, s. 126–127.

tzv. „gig economy“, tedy ekonomiky zakládající se na zprostředkování jednorázových zakázek.

Vzestup platformem mění současná pravidla, která se zakládají na jasném rozdělení veřejné a soukromé moci a která rozlišují mezi komerční a nekomerční aktivitou. Například tím, jak kontrolují nezbytnou infrastrukturu, přebírají některé největší platformy různé role, které byly dosud vyhrazeny veřejné moci. To vše však bez legitimacy a bezpečnostních pojištění, které očekáváme od veřejného orgánu.¹¹ Například Amazon nebo Apple Appstore tak nejsou ani tak noví hráči na trhu – oni totiž trh spíše vytváří a kontrolují. Rozhodují o tom, kteří výrobci a spotřebitelé a za jakých podmínek budou mít na jejich trh přístup, a svými algoritmy určují pravidla jeho fungování. Nové internetové obchodní modely, například Facebook a Instagram, stále více propojují mezilidské a komerční aktivity a tento trend i nadále akceleruje.¹²

2.2 HIERARCHICKÝ EKOSYSTÉM MOCNÝCH HRÁČŮ

Někteří experti tvrdí, že „digitální platformy“ nejsou užitečnou analytickou kategorií. Poukazují totiž na to, že platformy mohou využívat mnoha různých obchodních modelů a být aktivní v různých ekonomických sektorech. Například jen v Evropě existuje zhruba 7000 aktivních internetových platform.¹³ Navíc různé strategie pro generování zisku, od prodávání reklamy po vybírání jistého poplatku za každou transakci, vytváří velmi různé incentivy a problémy.¹⁴ Tato publikace však vychází z toho, že zaměřit se výhradně na jednotlivé platformy a jejich unikátnost je podobné jako pro stromy nevidět les.

Ekonomická literatura poukazuje na společné rysy obchodních modelů internetových platform – a to zvláště jejich schopnost profitovat ze síťových účinků a jejich (téměř) nulových mezních nákladů, které nahrávají dynamice „vítěz bere vše“¹⁵, stejně jako jejich schopnosti vytěžit a využívat data

z komerčních a společenských interakcí.¹⁶ Ačkoliv toto samo o sobě nutně nemusí vést k monopolům či oligopolům, v současném ekonomickém a politickém prostředí, které se zakládá na rozsáhlé ochraně duševního vlastnictví a obchodní tajemství, stejně jako kvůli konzervativnímu výkladu politiky hospodářské soutěže a ekosystému rizikového kapitálu, který klade agresivní důraz na neustálou expanzi, to nakonec k takovému stavu vede.¹⁷ V mnohých digitálních sektorech momentálně existuje jeden či pouze pár mocných poskytovatelů služeb, jako například vidíme v segmentu internetového vyhledávání, sociálních médií, výběru aplikací, alternativních taxislužeb, operačních systémů do smartphonů, internetových obchodů, sdílení videí, internetového prohlížení, reklamy, krátkodobého pronajímání bytových prostor a tak dále.

2.3 INTERNETOVÉ PLATFORMY: STRÁŽCI PŘÍSTUPU V DIGITÁLNÍM VĚKU

Literatura pojednávající o médiích a komunikaci často chápe vzestup platformem jako jistou formu infrastruktury, která také sdílí jisté charakteristiky.¹⁸ Ačkoliv dosud neexistuje jasná klasifikace různých typů platform¹⁹, je zjevné, že zásadní roli hrají určité super-platformy. Za poslední desetiletí vznikla hierarchie strukturovaného ekosystému platformem, který staví na silné centralizaci moci. Například v roce 2020 překročila tržní hodnota technologických firem Apple, Amazon, Microsoft, Facebook a Alphabet 9 trilionů USD.²⁰ Tito hráči vlastní dohromady asi 70 platformem, které dohromady zajišťují velkou část internetové infrastruktury.²¹ Největší platformy totiž celkový ekosystém strukturují: jakýkoliv podnik, který chce fungovat na internetu, se musí adaptovat na logiku algoritmu Google Search, nebo se přizpůsobit podmínkám Apple App Store. Zatímco tyto největší firmy spolu v jistých sektorech soutěží, často jsou také strategickými partnery. Již patnáct let například Alphabet platí Applu za to, že Google Search zůstane i nadále základním vyhledávačem na všech Apple zařízeních. Podle Ministerstva spravedlnosti USA tyto platby čítají mezi 8 a 12 mld. USD za rok.²²

11 Frank Pasquale (2018) 'New Economic Analysis of Law: Beyond Technocracy and Market Design', University of Maryland Francis King Carey School of Law, Legal Studies Research Paper č. 2018-17; Nicolas Suzor (2019) 'A constitutional moment: How we might reimagine platform governance', *Computer Law & Security Review* 36.

12 Andriessen Horowitz (2020), 'Social Strikes Back', <https://a16z.com/social-strikes-back/>.

13 Evropská komise odhaduje, že nařízení (EU) 2019/1150 vyjadřující se k férovosti a transparentnosti pro podniky internetových zprostředkovatelských služeb by se přímo dotklo 7000 internetových platformem fungujících v Evropě (https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/IP_19_1168).

14 Christine Caffarra (2019) 'Follow the Money', *Concurrences* č. 91579, srpen; viz. také Ben Thompson, který kritizuje házení veškerých velkých technologických firem (tzv. big tech) do jednoho pytle a který rozlišuje mezi službami sjednocujícími uživatelskou poptávku, jako je Facebook, Netflix a Google Search, a klasičtějšími platformami, které spočívají například v kontrole firmy Apple nad svými zařízeními i App Storem, za který si firma nárokuje poplatek. Ben Thompson (2015) 'Aggregation Theory', *Stratechery*, 21. července (<https://stratechery.com/2015/aggregation-theory/>).

15 Pro obecný názor na efekty rozšiřování [scaling] ve vztahu k nehmotným aktivům, na které se mnoho platformem spoléhá, viz. Jonathan Haskel a Stian Westlake (2018) *Capitalism without Capital. The rise of the intangible economy*, Princeton: Princeton University Press.

16 Nick Srnicek (2017) *Platform Capitalism*, Cambridge UK: Polity Press, s. 95–97.

17 Viz. Julie Cohen (2019) *Between Truth and Power*, Oxford: Oxford University Press; Frank Pasquale (2015) *The Black Box Society. The Secret Algorithms That Control Money and Information*, Cambridge MA: Harvard University Press.

18 Jean-Christophe Plantin (2016) 'Infrastructure studies meet platform studies in the age of Google and Facebook', *New Media & Society* 20.

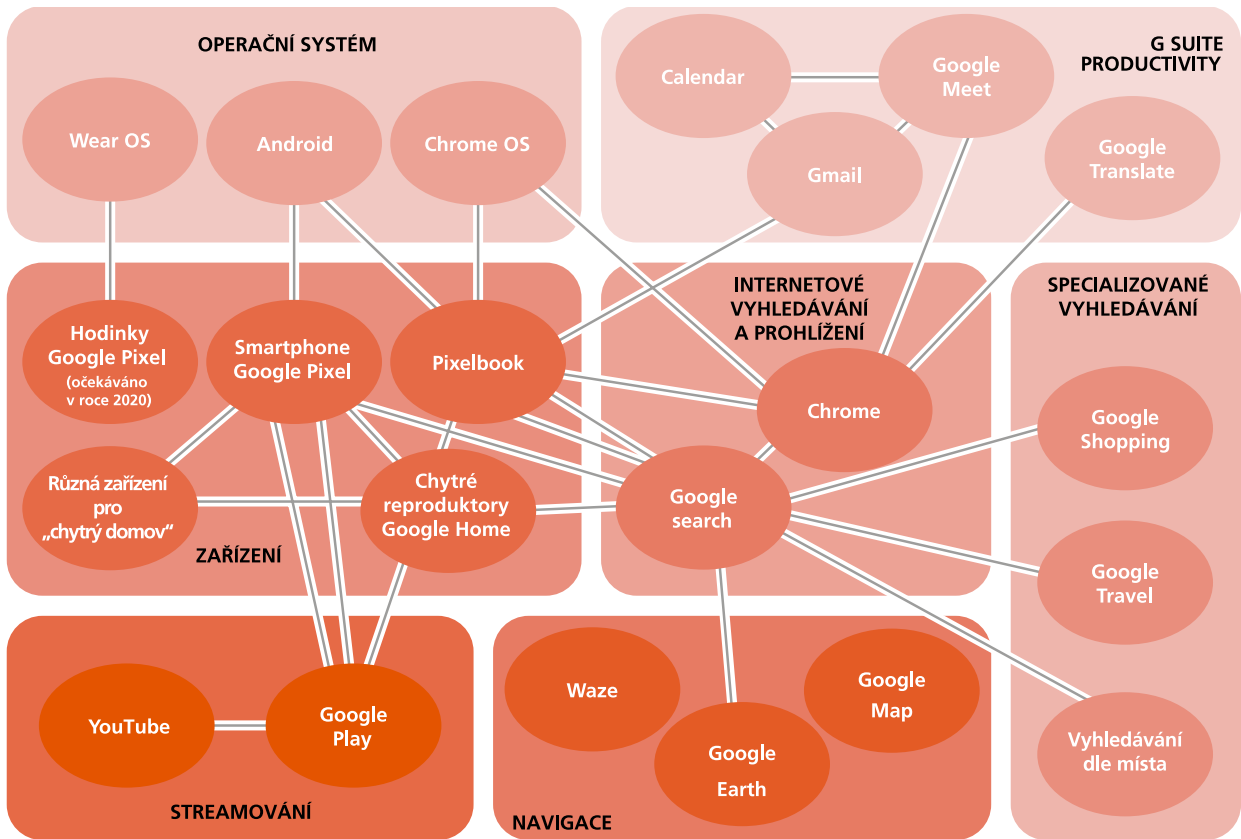
19 Avšak podívejme se na rozdíl mezi infrastrukturálními, zprostředkovatelskými a sektorovými platformami v José van Dijck (2010) 'Seeing the forest for the trees: Visualizing platformization and its governance', *New Media & Society*.

20 Sergei Klebnikov (2020) 'U.S. Tech Stocks Are Now Worth More Than \$9 Trillion, Eclipsing The Entire European Stock Market', *Forbes*, 28. srpna (<https://www.forbes.com/sites/sergeiklebnikov/2020/08/28/us-tech-stocks-are-now-worth-more-than-9-trillion-eclipsing-the-entire-european-stock-market/#4418936f3e61>).

21 José Van Dijck (2018) *The Platform Society. Public Values in a Connective World*, Oxford: Oxford University Press.

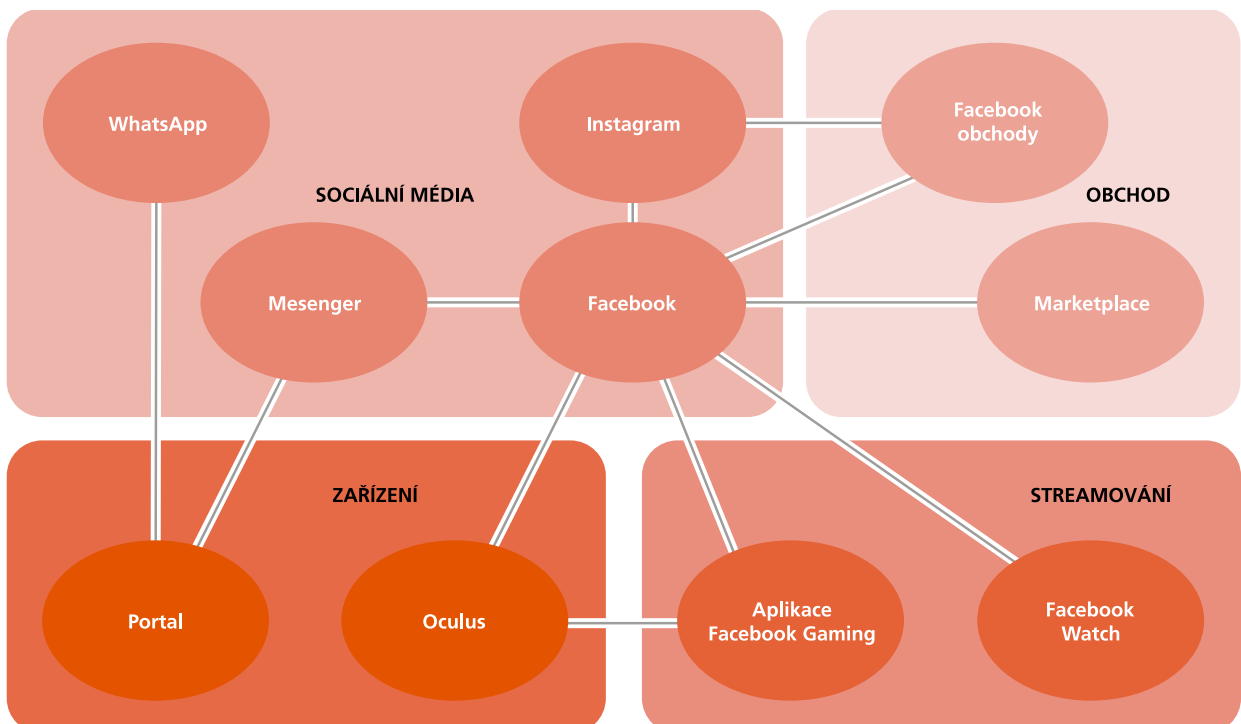
22 NPR (2020) 'Google Paid Apple Billions To Dominate Search on iPhones, Justice Department Says', 22. října (<https://www.npr.org/2020/10/22/926290942/google-paid-apple-billions-to-dominate-search-on-iphones-justice-department-says?t=1606347425954>).

Obrázek č. 1
Google: Internetové služby zaměřené na spotřebitele



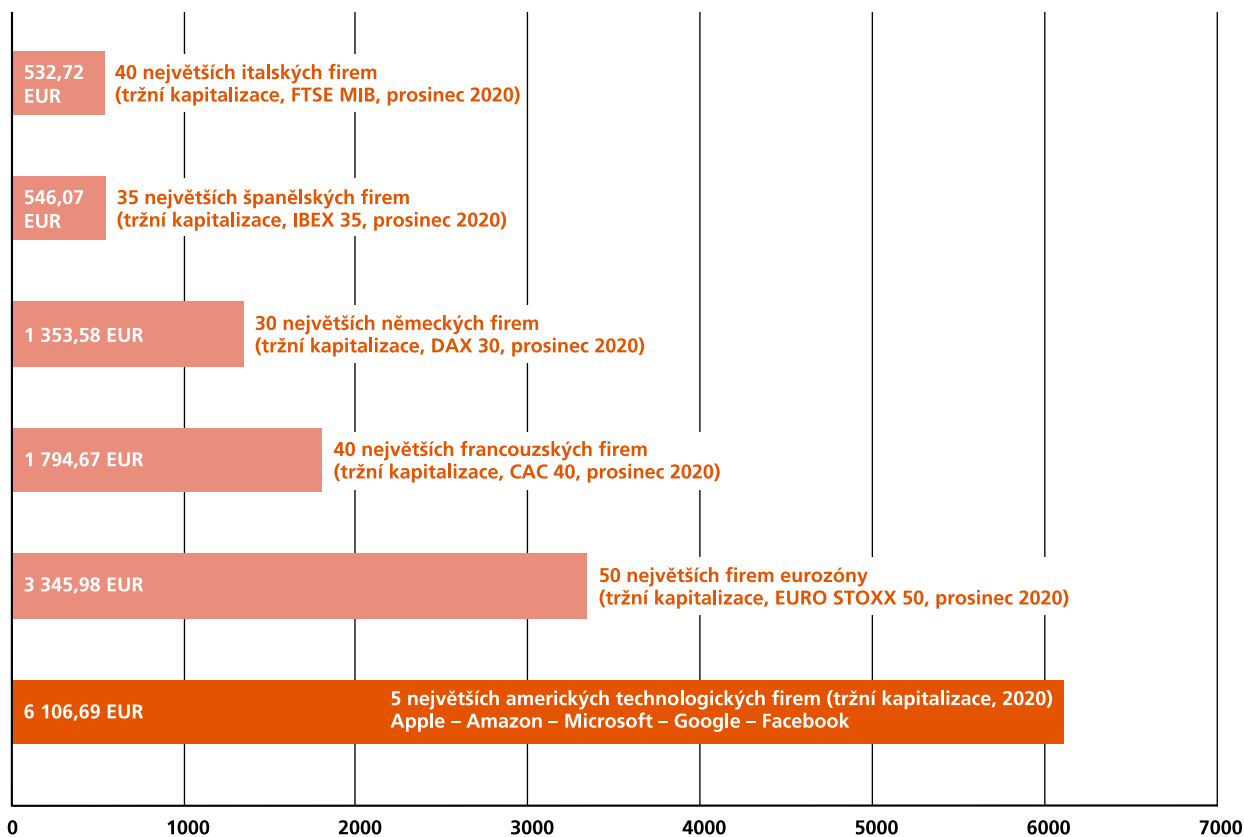
Zdroj: CMA

Obrázek č. 2
Facebook: Internetové služby zaměřené na spotřebitele



Zdroj: CMA

Obrázek č. 3

Požírají velké technologické firmy svět?

Celková kapitalizace na trhu v miliardách EUR

Největší internetové platformy sledují strategie vertikální integrace, což znamená, že se pokouší řídit vícero aspektů konkrétního hodnotového řetězce. Svou pozici v jednom tržním sektoru mohou také využít k získání pozice na souvisejících trzích, k získání kontroly nad zákazníky a dodavateli či ke zne-možnění případným konkurentům na daný trh vstoupit. Příklady jsou následující:

- Aby ochránil svou pozici vyhledávače, skrze svůj Google Chrome prohlížeč si Google vydobyl dominantní pozici v internetovém prohlížení, obdobně v mobilních zařízeních skrze Android, kde je v obou případech Google Search součástí základního nastavení.
- Apple rychle přestává být pouze výrobcem hardwarových zařízení a skrze výrobu čipů se rozšiřuje podél proudu výrobního řetězce. Firma zároveň využila své kontroly nad operačním systémem iOS a Appstore k rozšíření i proti proudu výrobního řetězce, a to třeba skrze prodej služeb, jako je Apple Music, News, TV, Arcade, a v budoucnu možná i vyhledávání.
- Amazon vlastní obrovské internetové tržiště, ale zároveň poskytuje celosvětové distribuční služby a prodává širokou škálu vlastních produktů skrze svou vlastní platformu. Také nabízí cloudové služby

a hardware zařízení, jako je třeba Kindle e-reader, a virtuálního asistenta Alexa. Stále více také prodává internetové reklamy, což bylo dosud převážně hájemstvím Googlu a Facebooku. Zakladatel Amazonu také vlastní Washington Post, což je pro Spojené státy klíčové zpravodajství.

- Mimo software Windows a Office Microsoft dnes již provozuje také velké cloudové úložiště, které nabízí podnikům a institucím po celém světě. Je také aktivní v sektoru internetových her, má svůj vlastní vyhledávač Bing a převzal kontrolu nad profesní platformou LinkedIn.

Kontrola zásadní infrastruktury umožňuje společnostem pobírat neustálou rentu: Apple si bere 30% provizi na všechny transakce v App Store; Google si bere provizi, když lidé na internetu vyhledávají novinky či produkty skrze digitální reklamu; a Amazon si nárokuje provizi za každý prodej třetí strany, uskutečněný skrze jeho platformu. Společnosti své platformy navíc používají k prodeji a propagaci vlastních produktů, umožňují sběr dat o konkurenci či její případné vyřazení, stejně jako sledování sousedních trhů za účelem rozšíření vlastního podílu.

S výsledným ziskem mohou tyto velké digitální platformy čelit jakékoli hrozbě konkurence a neutralizovat ji. Dle veřejně přístupných informací Google jen mezi lety 2008 a 2018 převzal

168 podniků, Facebook 71, a Amazon 60.²³ Firmy navíc mohou skupovat podíly v dalších digitálních platformách – například Alphabet vlastní podíl v platformách Uber a Lyft, přičemž obě z nich využívají celou škálu služeb poskytovaných firmou Google.

Moc velkých online platform se neomezuje pouze na „kyberprostor“. Čím dál častěji jsou provázány s fyzickým prostředím a každodenními činnostmi. Současné akademické výzkumy tak poukazují na infrastrukturální moc velkých technologických firem s tím, jak se stále více posouvají do fyzického světa a překrývají existující infrastrukturu v sektorech mobility, veřejných služeb (jako například vzdělávání, zdravotnictví a energetiky), supermarketů, robotiky a domácností.²⁴ Tento trend se obecně nazývá *internet věc*²⁵ či případně *internet nové generace*.²⁶

Microsoft, Amazon a Alphabet v současnosti poskytují také cloudovou infrastrukturu pro veřejnou administrativu i univerzity a společně s hrstkou průmyslových gigantů, jako jsou General Electric a Huawei, dominují podnikání v oboru „smart city“, který „se rychle vyvíjí směrem k integraci technologií do infrastruktury, mobility, dohledu a bezpečnosti, osvětlení a poskytování přístupu a dalším oblastem na komunální úrovni.“²⁷ Nemluvě o segmentu umělé inteligence, do kterého se investují obrovské sumy, neboť se umělá inteligence pro mnoho oborů rychle stává nezbytnou. Alphabet, Facebook, Microsoft a Amazon i zde hrají klíčovou roli, která bude nejspíše i nadále růst.²⁸

Velké online platformy si navíc chtějí vydobýt pozici v tradičních sektorech, které se velmi rychle digitalizují. Například Alphabet se spojil se Swiss Re v nabízení zdravotního pojištění a také momentálně kupuje Fitbit, což je firma, která vyrábí tzv. wearables, tedy různé pomůcky pro nošení na těle, pro zdravý životní styl. Google se také stal největším sběratelem dat týkajících se zdraví a informací o pacientech na světě. A své aktivity také rozšířil na pole vzdělávání – například 70 % škol v Holandsku používá softwarová řešení Google.²⁹ Budeme-li usuzovat z vývoje v oblasti médií, tak rozšíření těchto technologických firem do dotčených nových

sektorů nevěstí pro veřejné a společenské zájmy nic dobrého.

Rámeček 2

Expanze z digitální do veřejné infrastruktury

- *Alphabet skrze svou dceřinou společnost Waymo proniká do sektoru autonomních vozů*
- *Amazon převzal Wholefoods, a dostává se tak do supermarketového podnikání*
- *Facebook investuje do robotických systémů a plánuje vytvořit digitální měnu*

2.4 DEMOKRACIE A SPOLEČNOST: NEGATIVNÍ EXTERNALITY?

Velkým technologickým firmám zcela jistě nejde upřít, že jsou inovativní. Investují obrovské obnosy do výzkumu a vývoje a rozšiřují hranice technologických možností. Avšak rozvoj digitalizace se stále více ztotožňuje s vizí technologií a společnosti jako takové posouvány kupředu hrstkou firem či dokonce pouze pár lidmi v rámci těchto firem, jako je například Mark Zuckerberg pro Facebook či Jeff Bezos pro Amazon.³⁰

Je znepokojující, že jeden muž má schopnost určovat, na co se dennodenně dívá téměř 1,82 mld. lidí. Taková kontrola nad informačními toky dává platformám zprostředkujícím obsah moc přímo ovlivňovat veřejnou debatu ve svůj prospěch a, pokud toto selže, mohou také využít své finanční rezervy k ovlivňování legislativy.³¹ Ve výsledku tyto platformy fungují velmi efektivně mimo dosah zákonů a málokdy se musí zodpovídat ze své běžné praxe porušování existující legislativy a lidských a občanských práv. Avšak problém není jenom v jejich koncentraci moci, ale také ve způsobu, jakým je tato moc využívána. Americký profesor práv Tim Wu konstatuje: „Silicon Valley si drží svůj inženýrský přístup k řešení problémů a na vedlejší negativní důsledky nebere ohled. Což je v pořádku, když jste start-up o sto zaměstnancích, ale už to není tak v pohodě, když jste mnohem větší.“³²

Termín platforma je vágní a může v lidech evokovat představu konkrétnosti spojované s architekturou, neutralitou, a snad

²³ Elena Argentesi (2019) ‚Merger Policy in Digital Markets: An Ex-Post Assessment‘, DP14166, Centre for Economic Policy Research, prosinec.

²⁴ Ganaele Langlois a Greg Elmer (2018) ‚Impersonal subjectivation from platforms to infrastructures‘, *Media, Culture & Society* 41.

²⁵ Arielle Pardes (2020) ‚The WIRED Guide to the Internet of Things‘, *WIRED*, 9. listopadu (<https://www.wired.com/story/wired-guide-to-internet-of-things/>).

²⁶ Vincent Mosco (2017) *Becoming Digital. Towards a Post-Internet Society*, Bingley: Emerald Publishing.

²⁷ SmartCitiesWorld (2018) ‚Top smart companies named in new index‘, 8. března (<https://www.smartcitiesworld.net/news/news/top-smart-companies-named-in-new-index-2683>).

²⁸ CSET (2020) ‚Identifying AI-Related Companies. A Conceptual Outline and Proof of Concept‘, červenec (viz <https://cset.georgetown.edu/publication/identifying-ai-related-companies/>).

²⁹ Kaya Bouma and Liselot van der Klift (2019) ‚Google wordt steeds grotere speler op scholen, tot zorg van privacyorganisaties‘, *de Volkskrant*, 1. listopadu (<https://www.volkskrant.nl/nieuws-achtergrond/google-wordt-steeds-grotere-speler-op-scholen-tot-zorg-van-privacyorganisaties-bae18dcd/>).

³⁰ Alan Dignam (2019) ‚Artificial Intelligence. The Very Human Dangers of Dysfunctional Design and Autocratic Corporate Governance‘, Queen Mary School of Law Legal Studies, Research Paper č. 314.

³¹ Ingo Dachwitz a Alexander Fanta, ‚Medienmäzen Google. Wie der Datenkonzern den Journalismus umgarnt‘, Nadace Otto Brenner ve spolupráci s Německou odborovou federací (*Deutscher Gewerkschaftsbund*), Corporate Europe Observatory, ‚Big Tech Lobbying. Google, Amazon & friends and their hidden influence‘, 23. září 2020, <https://corporateeurope.org/en/2020/09/big-tech-lobbying>; Kenneth P. Vogel (2017) ‚New America, a Google-Funded Think Tank, Faces Backlash for Firing a Google Critic‘, *New York Times*, září.

³² Tim Wu (2018) ‚A Decade of Cravenness‘: Tim Wu on How Enforcing Competition Law Could Have Stopped Big Tech‘, *New York Magazine*, 14. listopadu (<https://nymag.com/intelligencer/2018/11/tim-wu-on-how-competition-law-could-have-stopped-big-tech.html>).

i rovné příležitosti.³³ To však nedovede postihnout profilování uživatelů, toky dat a algoritmy, na kterých tyto digitální služby stojí.³⁴ Platformy nejsou pouze statickou infrastrukturou, která umožňuje uživatelům komunikovat, nakupovat zboží, prodávat svou práci či si pronajmout dům. Platformy spíše utváří a ovlivňují aktivitu svých uživatelů tím, že neustále optimalizují své algoritmy, a tedy své fungování, v návaznosti na získaná data o chování uživatelů. Přesný způsob, kterým se to provádí, je často nejasný a je chráněný právem na duševní vlastnictví a obchodní tajemství; avšak řídit společenskou aktivitu co nejlepším způsobem pro získání maxima dat, pozornosti a v konečném důsledku hlavně peněz s sebou nese obrovské následky.

Například velká část sociálních médií a vyhledávačů byla optimalizována pro sledování občanů a sbírání jejich dat za účelem předpovídání a ovlivňování jejich chování a také aby se jim dal nabídnout obsah, který co možná nejvíce upoutá jejich pozornost za účelem maximalizace zisku.³⁵ Zkonstruováním informačního prostředí tak, aby se prosadil hlavně obsah, který co nejvíce upoutá pozornost, snížily technologické firmy kvalitu dostupných informací, daly více prostoru dezinformacím, podkopaly lidskou schopnost soustředění a vytváření společenských vztahů a negativně ovlivnily kognitivní vývoj dětí a jejich mentální rovnováhu.³⁶ Komodifikace informací ze strany Alphabetu a Facebooku a jejich kontrola nad většinou digitální reklamy podkopává práci novinářů a odebírá zisk nezávislým médiím.³⁷

Tento převažující obchodní model, který nalévá miliardy do vývoje „umělé inteligence“ a datové infrastruktury za účelem optimalizace zobrazování a prodeje internetových reklam, je občas považován za obrovskou bublinu – avšak jde o bublinu, na které je závislý obrovský počet lidí a která s sebou přináší dalekosáhlé negativní dopady.³⁸ Ačkoliv se mluví o tom, jak efektivní tato vlastně manipulace je, s ní spjaté špehování má samo o sobě děsivé dopady na svobodný projev a nezávislost občanů.³⁹ Schopnost špehovat také činní spo-

třebitele, pracovníky a podniky zranitelnými vůči manipulaci a uplatňování vlivu ze strany platform.⁴⁰

V rámečku 3 vysvětluje profesor informačních technologií Stuart Russell dopady užívání algoritmů pro manipulaci lidského chování na sociálních sítích za účelem vytváření zisku.

Rámeček 3

Manipulace lidským chováním za účelem optimalizace prokliků

„Algoritmy vybírající na sociálních médiích obsah, který se uživatelům zobrazuje, jsou navrženy tak, aby maximalizovali prokliky (...) Pokud si myslíte, že přitom jde o to nabízet obsah, na který uživatel rád klikne, tak se mýlíte. Jde o změnu uživatelských preferencí, aby se staly předvídatelnějšími. Předvídatelnější uživatel může pak být syčen věcmi, na které pravděpodobně klikne. (...) Lidé s extrémnějšími politickými názory jsou obecně předvídatelnější. Stejně jako jakákoliv racionální entita, i algoritmus se naučí měnit stav svého okolí – v tomto případě je to uživatelská mysl – za účelem maximalizace odměny.“⁴¹

Velké technologické firmy navíc protlačily specifickou formu inovace, která tváří v tvář komplexním společenským problémům preferuje krátkodobou výhodnost a úzká technologická řešení⁴²; tentýž druh inovací také upřednostňuje disrupci místo údržby existujícího, což vede ke stále křehčímu a méně čitelnému ekosystému vztahů.⁴³ Co by se například stalo, kdyby se operační systém Google Android porouchal nebo kdyby se Microsoft rozhodl, že zruší své cloudové a softwarové služby? V neposlední řadě je internetový ekosystém povětšinou tvořen mladými, privilegovanými bílými muži, což „inovace“ omezuje pouze na to, co se jim zdá slibné. Názory dětí, žen či lidí jiných odstínů pleti často nejsou brány v potaz, a tedy zůstávají vynechány. Jak například chápat fakt, že algoritmus Instagramu nevtíravě podporuje lidi ve sdílení nahoty na svých fotkách?⁴⁴ Měly by snad být takto motivovány i děti?

Holandská profesorka médií a digitální společnosti José van Dijcková se ptá na jednu zásadní otázku: jak tváří v tvář probíhající platformizaci společnosti „mohou evropští občané a vlády chránit jisté společenské a kulturní hodnoty, když jsou závislí na platformovém ekosystému, jehož architektura se zakládá na komerčních hodnotách a který vyrůstá z neolibere-

33 Internet Governance Forum vytváří glosář termínů zákoníků pro platformy a nařízení za účelem vytvoření sjednoceného jazyka: <https://www.intgovforum.org/multilingual/content/glossary-on-platform-law-and-policy-terms>.

34 Seda Gürses a Joris van Hoboken (2018) ‚Privacy After the Agile Turn‘, in: Jules Polonetsky, Omer Tene and Evan Selinger (eds) (2018), *Cambridge Handbook of Consumer Privacy*, Cambridge UK: Cambridge University Press, s. 579–601; Tarleton Gillespie (2010) ‚The Politics of Platforms‘, *New Media & Society* 12, s. 347–364.

35 Shoshana Zuboff (2019) *The Age of Surveillance Capitalism. The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power*, Londýn: Profile Books.

36 Pro celý výčet újm viz. ‚Ledger of Harms‘ nabízený Center for Humane Technology (<https://ledger.humanetech.com>).

37 Jonathan Taplin (2017) *Move fast and break things. How Facebook, Google and Amazon cornered culture and undermined democracy*, Londýn: Macmillan.

38 Tim Hwang (2020) *Subprime Attention Crisis. Advertising and the Time Bomb at the Heart of the Internet*, New York: Farrar, Straus and Giroux.

39 Pro skeptičtější pohled na efektivitu behaviorální reklamy viz. Natasha Lomas (2019) ‚The case against behavioral advertising is stacking up‘, TechCrunch, 20. ledna (<https://techcrunch.com/2019/01/20/dont-be-creepy/>); Moritz Büchi (2020) ‚The chilling effects of algorithmic profiling: Mapping the issues‘, *Computer Law and Security Review* 36, s. 1–15.

40 Shoshana Zuboff, op cit.

41 Russell (2019) *Human Compatible. Artificial Intelligence and the problem of control*, New York: Viking Press.

42 Lee Vinsel and Andrew L. Russell (2020) *The Innovation Delusion. How Our Obsession with the New Has Disrupted the Work That Matters Most*, New York: Currency.

43 Judith Duportail a.o. (2020) ‚Undress or fail: Instagram’s algorithm strong-arms users into showing skin‘, *AlgorithmWatch*, 15. června (<https://algorithmwatch.org/en/story/instagram-algorithm-nudity/>).

44 José van Dijck (2020) ‚Governing digital societies: Private platforms, public values‘, *Computer Law & Security Review* 36. Pro debatou na téma hodnot Silicon Valley viz. Richard Barbrook a Andy Cameron (1996) ‚The Californian Ideology‘, *Science as Culture* 6, s. 44–72; Langdon Winner (1997) ‚Cyberlibertarian Myths and the Prospects for Community‘, *Acm Sigcas Computers and Society* 27, s. 14–19.

rálního pohledu na svět?“⁴⁵ Následující kapitola zkoumá, proč existující evropská legislativa dosud nebyla schopna na tuto otázku zdárně odpovědět.

⁴⁵ Stuart Russell (2019) *Human Compatible. Artificial Intelligence and the problem of control*, New York: Viking Press.

3

STÁVAJÍCÍ PRÁVNÍ RÁMEC EVROPSKÉ POLITIKY

3.1 POLITIKA HOSPODÁŘSKÉ SOUTĚŽE: ÚZKÁ INTERPRETACE APLIKOVÁNA PŘÍLIŠ ŠIROCE

Až do roku 2015 zastřešovala Evropská komise svou digitální strategii „jednotným digitálním trhem“⁴⁶ a v regulaci digitálních služeb se převážně spoléhala na zákony hospodářské soutěže. Jenže politika hospodářské soutěže se ve svém současném pojetí řídí velmi úzce chápanou ekonomickou efektivností, místo aby sloužila celé paletě veřejně prospěšných cílů, které nyní internetové platformy podkopávají. Ale i v rámci současného velmi omezeného chápání toho, čemu by měla pravidla hospodářské soutěže sloužit, nezvládnou nástroje zaměřující se vždy na jednotlivé případy v rámci jasně definovaných trhů zajistit otevřený digitální prostor, který by podporoval zdravou konkurenci.

3.1.1 Zaměření na ekonomickou efektivnost

Původně měla evropská politika hospodářské soutěže za cíl omezit tržní sílu, a to nejen za účelem zachování hospodářské soutěže, ale také proto, že přílišná ekonomická dominance má celospolečenské dopady a představuje hrozbu pro svobodnou a demokratickou společnost.⁴⁷ Avšak ačkoliv by hospodářská soutěž v EU mohla dobře sloužit mnohým politickým principům veřejného zájmu, které by přesahovaly krátkodobé spotřebitelské zájmy – jako je svoboda, férovost, udržitelnost i solidarita – zákony o hospodářské soutěži v rámci EU nebyly dosud pro tuto funkci náležitě využity.⁴⁸

Místo toho Evropská komise pod heslem „ekonomičtějšího přístupu“ v zásadě zúžila politiku hospodářské soutěže na paradigma spotřebitelského blahobytu, kde jde převážně o zachování nízkých spotřebitelských cen a posílení tržních principů. Slovy jednoho komentátora se Evropská „komise

v podstatě zřekla jakékoliv role, která by zohledňovala širší veřejný zájem.“⁴⁹ To znamená, že veřejné zájmy jako například udržení kulturní diverzity nebyly dosud na poli evropského práva pro ochranu hospodářské soutěže dostatečně řešeny.⁵⁰

To je politováníhodné, protože zrovna v ekonomice platformem je ekonomickou a ne-ekonomickou dimenzi těžké rozlišit a obchodní model internetových platformem má dalekosáhlé dopady na veřejné zájmy. Například rozhodnutí o tom, kdo má a nemá mít přístup k platformám strážícím další přístup k internetu, je zásadní otázkou nejen pro obchodníky, ale také pro občany demokratické společnosti. Nejenže algoritmy, které platformy využívají, personalizují pro uživatele nabídku, a tím mohou omezovat spotřebitelskou volbu, ale také mohou narušovat nezávislost těchto občanů tím, že užívají jejich osobní data za účelem diskriminace.⁵¹

Odborná literatura již potřebu většího sladění mezi politikou hospodářské soutěže, spotřebitelskou legislativou a ochranou dat identifikovala a je nutno říci, že již existují náznaky pomalé změny.⁵² Zde je třeba hlavně zmínit rozhodnutí Německého úřadu pro ochranu hospodářské soutěže, který uložil pokutu Facebooku za porušení pravidel pro ochranu dat.⁵³ Tento orgán tvrdí, že aktivity Facebooku porušovaly zákony hospodářské soutěže a nedostatečně chránily data uživatelů. Avšak takové snahy jsou postupné a jak v akademické sféře, tak právních institucích nadále kontroverzní. V současnosti tak politika hospodářské soutěže není schopna čelit širším dopadům přílišné moci velkých platformem.

3.1.2 Pokuty jako součást obchodního modelu

V rámci legislativy pro ochranu hospodářské soutěže má Evropská komise nástroje pro pokutování firem za protisou-

⁴⁶ Pro hlubší rozbor tohoto úzkého rámce a celistvější alternativu, viz. Centrum Cyfrowe, Commons Network and Publicspace.online (2019) ‚Vision for a Shared Digital Europe‘, duben (viz <https://shared-digital.eu/content/images/2019/04/SharedDigitalEurope.pdf>).

⁴⁷ Anna Gerbrandy (2019), ‚Rethinking Competition Law within the European Economic Constitution‘, *Journal of Common Market Studies* 57, s. 129–130, 133.

⁴⁸ Anna Gerbrandy (2018) ‚Conceptualizing Big Tech as “Modern Bigness” and its implications for European Competition Law‘, příspěvek v rámci open callu ‚Shaping competition policy in the era of digitalization‘, pro-sinec (https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3275235).

⁴⁹ Niamh Dunne (2020) ‚Public Interest and EU Competition Law‘, *The Antitrust Bulletin*, 26. března.

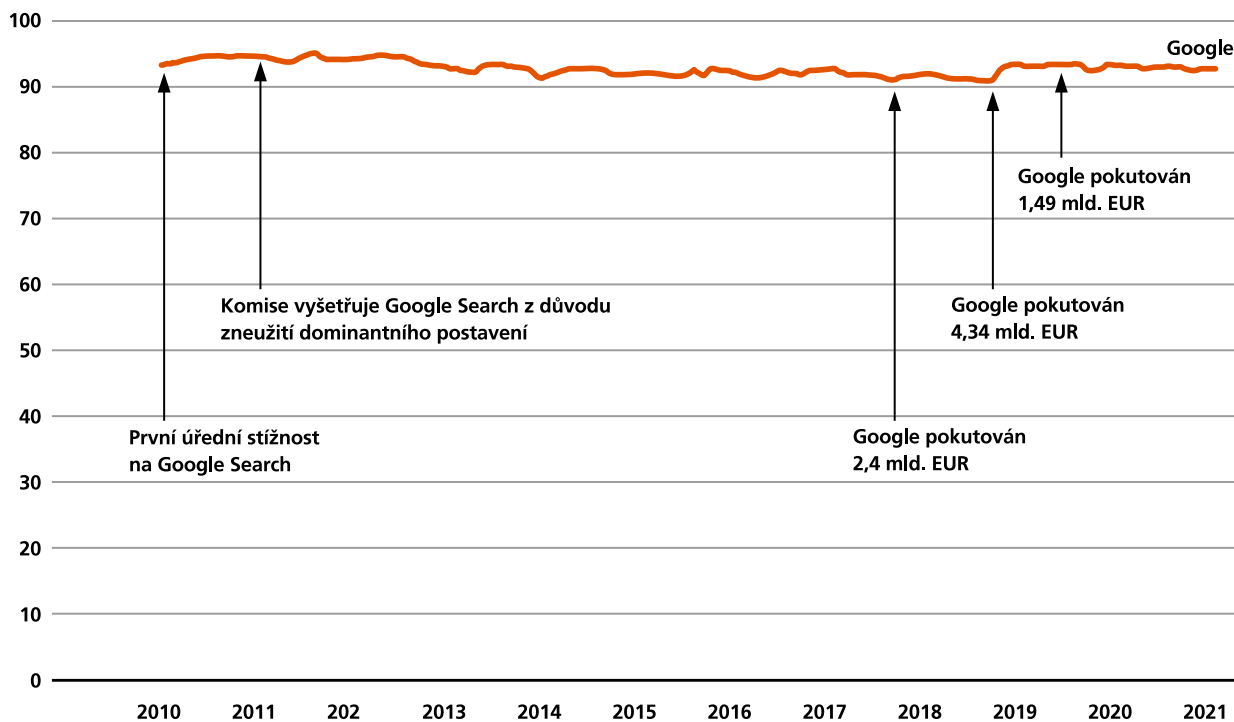
⁵⁰ Viz. například analýzu Kathariny Hoelckové, která řeší případ hospodářské soutěže mezi Apple a mezinárodními nakladateli knih v rámci ‚EU Platform Regulation and its Impact on the Media and Communication Industry‘ (2016), příspěvek k 66. každoroční konferenci Communication Association (ICA), Fukuoka, Japonsko.

⁵¹ Anna Gerbrandy (2018) ‚Modern Bigness‘, s. 3.

⁵² Inge Graef, Damian Clifford a Peggy Valcke (2018) ‚Fairness and enforcement: Bridging competition, data protection, and consumer law‘, *International Data Privacy Law* 8.

⁵³ Bundeskartellamt (2019), Facebook B6-22/16, 6. února.

Obrázek č. 4
Hledání konkurence: dominance Google Search



Graf: přizpůsobeno autorem

Zdroj: Statcounter GlobalStats – Vytvořeno s Datawrapper

těžní chování a donucovací prostředky pro změnu chování budoucího (tedy nápravu). Evropská komise navíc může posuzovat plánované fúze podniků a pokud by představovaly hrozbu pro hospodářskou soutěž, tak jim případně i zabránit.

Avšak užívání těchto nástrojů hospodářské soutěže dosud nemělo zamýšlené účinky. Nabízí se jasný příklad, kdy za posledních deset let komise třikrát pokutovala Alphabet, přičemž se tyto pokuty vyšplhaly na celkových 8 mld. EUR. Případy se týkaly užívání vyhledávacího algoritmu Alphabet, který preferoval vlastní služby Google Shopping a blokoval reklamu jiných vyhledávačů a také používal operační systém Android k podpoře Google Search.⁵⁴

Antimonopolní reakce Evropské komise proti Alphabetu však nedovedly změnit strukturu trhu a nepomohly konkurentům, kteří kvůli protisoutěžnímu chování Alphabetu utrpěli újmu.⁵⁵ A pokuty nefungovaly ani jako odstrašující prostředek, protože hodnota Alphabetu na trhu dále stoupala.⁵⁶

⁵⁴ COMP/AT.39740 *Google Search (Shopping)*; COMP/AT.40099 *Google Android*; COMP/AT.40411 *Google Search (AdSense)*.

⁵⁵ Viz data za říjen 2020 (<https://gs.statcounter.com/search-engine-market-share/all/europe>). V Evropě má Google za posledních desetiletí více než 90% podíl na internetovém vyhledávání.

⁵⁶ Nitasha Tiku (2019) 'The EU Hits Google With a Third Billion-Dollar Fine. So What?', *Wired*, 20. března (<https://www.wired.com/story/eu-hits-google-third-billion-dollar-fine-so-what/>).

3.1.3 Hra na schovávanou

Politika hospodářské soutěže se uplatňuje případ od případu. Zatímco velké platformy mají k dispozici rozsáhlé zdroje, orgány dohlížející na hospodářskou soutěž musí důkladně zvažovat jaké případy řešit, protože je zřejmé, že současné postupy a standardy legality dělají šetření ohledně hospodářské soutěže pomalé, neohrabané a náročné na zdroje. Evropská komise například ještě stále vede soudní spor o rozhodnutí z roku 2017 ve věci Google Shopping. A tak se klade otázka, kolik času a zdrojů lze vůbec věnovat například mnoha problémům vytvořeným dominancí Google v oboru internetové reklamy⁵⁷ nebo kolik času a zdrojů je možné vyčlenit na zkoumání komplikovaných závazků, které se pojí s fúzí Google a Fitbit plánovanou v rámci příštích 10 let.⁵⁸

Podobně Evropská komise na základě výsledků přezkoumání situace na e-commerce trhu v roce 2015 došla teprve nedávno k předběžnému závěru, že Amazon zneužívá svou dominantní pozici na trhu tím, že využívá obchodní data třetích stran na své platformě způsobem, který straní jeho vlastním maloobchodním aktivitám. Evropská komise současně otevřela druhé šetření Amazonu kvůli podezření na preferenční

⁵⁷ Competition and Markets Authority (2020) 'Online platforms and digital advertising', *Finální zpráva tržní studie*, 1. července (https://assets.publishing.service.gov.uk/media/5efc57ed3a6f4023d242ed56/Final_report_1_July_2020_.pdf).

⁵⁸ COMP/M.9660 *Google/Fitbit*.

přístup k jeho vlastním maloobchodním nabídkám.⁵⁹ A tak zatímco digitální platformy rapidně expandují na různé trhy a zvětšují tak svou tržní sílu, zabývá se Evropská komise nadále intenzivně šetřením možného zneužití, na které bylo upozorněno už před mnoha lety.

Nadto když už rozhodnutí padnou a podnikům je nařízeno změnit své chování, Evropské komisi často chybí zdroje i expertíza pro dohled nad efektivní a včasné implementací jejich závěrů, a tedy i pro zajištění smysluplných změn na straně viníka.⁶⁰

Příklady jsou následující:

- Microsoftu trvalo roky, než se podřídil rozhodnutí Komise z roku 2004, kterým nařídila zpřístupnit informace ohledně interoperability konkurentům na trhu se serverovými službami. To vyústilo v roce 2008 v pokutu, celých 10 let poté, co Sun Microsystems podala stížnost. Navíc Microsoft celé roky otálel se zrušením provázání svého programu Media Player s operačním systémem Windows, a nakonec byl v roce 2013 pokutován za nedodržení dohody o zrušení provázanosti prohlížeče Internet Explorer s operačním systémem Windows.⁶¹ Dnes je opět vyšetřován kvůli nařčení z provázání aplikace Microsoft Teams s balíčkem softwaru Office.⁶² Mnohé z náprav měly velmi malý efekt.⁶³
- V roce 2018 bylo firmě Google v odpovědi na rozhodnutí Evropské komise ve věci zneužívání operačního systému Android umožněno navrhnout si vlastní nápravu. Avšak i dva roky poté je implementace tohoto rozhodnutí značně neefektivní.⁶⁴ Ve věci nejnovějšího případu, kdy byl Google obviněn z posilování své dominance v segmentu internetové reklamy, přiznala zastupující předsedkyně Evropské komise Margrethe Vestagerová, že rozhodnutí Komise

Rámeček 4

Tak kontroluje ty fúze vůbec někdo?

Pár podnikových fúzí, které měly dalekosáhlé dopady a kterým orgány pro ochranu hospodářské soutěže nezabránily:

- Převzetí Instagramu a WhatsAppu Facebookem, což utvrdilo jeho dominanci v oblasti sociálních médií a posílání zpráv;
- Převzetí video-platformy Youtube, konkurenta Google Maps Waze a internetové reklamní platformy DoubleClick Alphabetem.

nemělo dopad na opětovné nastolení zdravé soutěže.⁶⁵

Pověštinou jsou orgány závislé na informacích, kterými disponují samotné stíhané technologické firmy, a to vede ke značné informační asymetrii. Například komplexní analýza nízké efektivnosti nápravy ze strany Googlu v případě „Shopping“ tvrdí, že „i přes deset let šetření a tři rozhodnutí o zákazu, si (Google) nadále podržel tři pilíře své strategie spočívající v udržení maximální netransparentnosti, maximálního zkreslování faktů i zákonů a zjevného odmítání jakékoliv odpovědnosti.“⁶⁶ Studie nakonec podotýká, že mechanismus pro dodržení závazků k nápravě neměl za tři roky své existence dopad na zlepšení tržních podmínek pro konkurenční srovnávací služby pro nákup“ (...) a „pozice Google dále na národních trzích srovnávacích nákupních služeb posílila a firma upevnila svou dominantní pozici v oboru obecného vyhledávání.“⁶⁷

Když se na digitální ekonomiku podíváme ze široka, je nutné konstatovat, že snahy Evropské komise zachovat interoperabilitu a předejít provázování různých produktů selhaly, neboť se za tu dobu z těchto praktik stal spíše tržní standard. Například Google provazuje prohlížeč Chrome se svými zařízeními, Apple zase prohlížeč Safari a telefony Samsung mají automaticky nainstalovaný Samsung internet.⁶⁸ Jinými slovy, protisoutěžní chování, proti kterému Evropská komise vede válku již od prvních žalob proti Microsoftu před dvaceti lety, se s rostoucí silou platform stává přirozené.

A konečně, ačkoliv orgány pro hospodářskou soutěž jsou zahlceny ex post šetřením protisoutěžního chování, současná pravidla a priority vymáhání nejsou dostatečně citlivé na to, aby vůbec dovedly zamezit tržní koncentraci. Podle Furmanova průzkumu „za posledních 10 let provedlo 5 největších fi-

⁵⁹ Evropská komise (2020) ‚Antitrust: Commission sends Statement of Objections to Amazon for the use of non-public independent seller data and opens second investigation into its e-commerce business practices‘, tisková zpráva, 10. listopadu.

⁶⁰ Evropský účetní dvůr (2020) ‚The Commission’s EU merger control and antitrust proceedings: A need to scale up market oversight‘, Zvláštní zpráva č. 24/2020.

⁶¹ Euractiv (2013) ‚EU fines Microsoft for breaking browser pledge‘, 6. března (<https://www.euractiv.com/section/digital/news/eu-fines-microsoft-for-breaking-browser-pledge/>).

⁶² Euronews (2020) ‚Slack files competition complaint against Microsoft with European Commission‘, 22. července (www.euronews.com/2020/07/22/slack-files-competition-complaint-against-microsoft-with-european-commission).

⁶³ Viz například Nicholas Economides a Ioannis Lianos, ‚The quest for appropriate remedies in the EC Microsoft cases: a comparative appraisal‘, in Luca Rubini (ed.) (2010), *Microsoft on Trial. Legal and Economic Analysis of a Transatlantic Antitrust Case*, Cheltenham: Edward Elgar.

⁶⁴ Natasha Lomas (2020) ‚Google’s “no choice” screen on Android isn’t working, says Ecosia – querying the EU’s approach to antitrust enforcement‘, *TechCrunch*, 30. července (<https://techcrunch.com/2020/07/30/googles-no-choice-screen-on-android-isnt-working-says-ecosia-querying-the-eus-approach-to-antitrust-enforcement/>).

⁶⁵ Natasha Lomas (2019) ‚Europe’s recharged antitrust chief makes her five-year pitch to be digital EVP‘, *TechCrunch*, 8. října (<https://techcrunch.com/2019/10/08/europes-recharged-antitrust-chief-makes-her-five-year-pitch-to-be-digital-evp/>).

⁶⁶ Thomas Hoppner (2020) ‚Google’s (Non-) Compliance with the EU Shopping Decision‘, *Competition Law in Practice*, s. 33–34.

⁶⁷ Ibid, s. 15.

⁶⁸ Dirk Auer (2020) ‚On the Origin of Platforms. An Evolutionary Perspective‘, *Truth on the Market*, 7. července.

rem po celém světě přes 400 akvizic. Žádná z nich nebyla blokována a pouze hrstka z nich dostala uložené podmínky, ať už ve Velké Británii či jinde, nebo vůbec byla posuzována orgány pro hospodářskou soutěž.⁶⁹

3.1.4 Tradiční nástroje digitální ekonomiky

Mimo nesází s metodou posuzování, která řeší jednotlivé případy, jde také o to, zda současné analytické nástroje politiky hospodářské soutěže jsou v digitálním věku i nadále užitečné. V návaznosti na stále větší koncentraci moci v digitální ekonomice se po celém světě orgány pro hospodářskou soutěž pustily do revize zbraní, které mají k dispozici. Ačkoliv neexistuje jediný prvek, který by odlišoval digitální trhy od těch tradičních, mnoho zpráv hovoří o tom, že digitální trhy vykazují celou řadu rysů, které dohromady pro současné paradigma hospodářské soutěže představují problém.

Mocné digitální platformy značně těží ze „silných síťových účinků, úspor z rozsahu a sortimentu, které se přímo vážou na data jako zdroje, extrémně malých mezních nákladů a globálního rozsahu.“⁷⁰ To nevedlo přímo k „přirozeným monopolům“ – kdyby tomu tak bylo, tak by Alphabet neměl zapotřebí platit firmě Apple miliardy každý rok pro preferenční přístup k vyhledávači Google – avšak mnohé digitální trhy začaly být dominovány jedním či dvěma velkými hráči, jejichž pozice se stala téměř neotřesitelná. To je vidět na internetovém vyhledávání, sociálních sítích, mobilních operačních systémech i internetové reklamě.

Aby bylo možno konstatovat, že firma nezneužila svého dominantního postavení, musí orgány regulující hospodářskou soutěž doložit její dominantní tržní sílu v rámci jasně vymezeného trhu, což není nijak lehký úkol – a to zvláště pro internetové platformy, kde spolu interagují různé skupiny uživatelů a často si místo peněz vyměňují data, což celou věc dále komplikuje. Slovy Julie Cohenové, „protože platformy mohou určovat podmínky pro každou skupinu zvlášť, není nacenění spolehlivým indikátorem tržní síly (...).“⁷¹

V digitální ekonomice navíc přirozeně existují procesy vertikální integrace – tedy snahy o řízení různých aspektů hodnotového řetězce, což však nebylo pro orgány hospodářské soutěže vždy prioritou. Například Amazon je vertikálně integrovaný a vlastní nejen věhlasnou platformu pro internetové nakupování, ale také prodává vlastní produkty a řeší jejich logistiku. To dává Amazonu jasný důvod preferovat vlastní služby na úkor konkurentů, kteří se na platformu Amazon spoléhají. Navíc je často zmiňováno, že veličina tržní síly nezohledňuje roli, kterou internetové platformy hrají v životě uživatelů, kde

například často neexistují alternativy dominantních sociálních a mediálních sítí.⁷²

Jevgenij Morozov měl možná pravdu, když prohlásil, že politika hospodářské soutěže může být shrnuta frází „nechme velké technologické firmy spolknout co nejvíce dat, a pak použijme zákony hospodářské soutěže na design jejich internetových stránek.“⁷³ Existují důkazy, které napovídají, že data mohou být pro digitální ekonomiku zásadním strategickým zdrojem, a například neochota Google a Facebook sdílet či zveřejnit svá nastřádaná data by tuto hypotézu potvrdovala.⁷⁴ Také se říká, že konkurenceschopnost firem bude čím dál více záviset na přístupu k relevantním datům.⁷⁵ Avšak tato fakta nejsou v koncepci tržní síly náležitě zohledněna. Mainstreamový přístup v komunitě řešící legislativu hospodářské soutěže se opravdu stále zakládá na zpochybňování zvláštní role osobních dat, a tím také odmítá potřebu fundamentálně změnit přístup k samotné politice hospodářské soutěže.⁷⁶

Zatímco právní rámec hospodářské soutěže by i nadále mohl hrát klíčovou roli v řešení koncentrace moci v digitální ekonomice, jeho důraz na úzké ekonomické zájmy na úkor řešení širších veřejných zájmů, jeho zaměření na šetření případ od případu, stejně jako školometské trvání na relevanci konceptů, které se ne vždy hodí pro novou digitální ekonomiku, to vše celou věc dále komplikuje. Rychlá změna je v tomto ohledu nepravděpodobná, což opět potvrzuje schválená fúze Fitbitu a Google Evropskou komisí, která umožnila Googlu rozšířit svou dominanci i na sektor wearables a digitálního zdravotnictví.⁷⁷

3.2 PRAVIDLA: SEKTOROVĚ SPECIFICKÁ VS. HORIZONTÁLNÍ

Mimo legislativního rámce upravujícího hospodářskou soutěž se dosud EU při regulaci digitálních služeb převážně opírala o pravidla Směrnice o elektronickém obchodu (e-commerce directive, či ECD) z roku 2000. S tím, jak je moc internetových platforem nad fungováním společnosti, veřejným zájmem a základními právy čím dál zjevnější a problematičtější, Evropská komise tuto politiku v roce 2015 zreformovala. Co se však

69 „Unlocking digital competition“ (2019), Report of the Digital Competition Expert Panel, březen, s. 12.

70 Filippo Lancieri a Patricia Morita Sakowski (2020), „Competition in Digital Markets: A Review of Expert Reports“, Stigler Center for the Study of the Economy and the State, Working Paper Series č. 3030, říjen, s. 9–10.

71 Julie Cohen, op cit, s. 174.

72 Orla Lynskey (2019) „Grappling with “Data Power”: Normative Nudges from Data Protection and Privacy“, *Theoretical Inquiries in Law* 20, s. 193–194.

73 Evgenij Morozov (2017), „To tackle Google’s power, regulators have to go after its ownership of data“, *The Guardian*, 2. července 2017 (<https://www.theguardian.com/technology/2017/jul/01/google-european-commission-fine-search-engines>).

74 Frank Pasquale (2013) „Privacy, Antitrust and Power“, *George Mason Law Review* 20, s. 1023.

75 Jacques Crémer, Yves-Alexandre de Montjoye a Heike Schweitzer (2019) „Competition policy for the digital era“, Evropská komise, Generální ředitelství pro hospodářskou soutěž, s. 73.

76 Pablo Ibáñez Colomo and Gianni de Stefano (2019) „The Challenge of Digital Markets: First, Let Us Not Forget the Lessons Learnt Over the Year“, *Journal of European Competition Law & Practice* 9, s. 485–486.

77 Francesca Bria (2020) „Europe must not rush Google-Fitbit deal“, *Politico*, 22. července (<https://www.politico.eu/article/europe-must-not-rush-google-fitbit-deal-data-privacy/>).

nezměnilo, jsou horizontální pravidla pro digitální služby v rámci ECD. Místo toho přijala Komise přístup, který se zaměřil na konkrétní problémy, což v praxi znamenalo, že zkoumala konkrétní újmu v různých sektorech. To vedlo k celé řadě právně nevynutitelných iniciativ a některým novým legislativním krokům, které řeší různé typy internetového obsahu. Je příliš brzo tyto pokusy empiricky zhodnotit – mnoho z nich teprve vstoupilo v platnost či se tak brzy stane. Je však zjevné, že tento přístup není koherentní a že vede k rozdrobené a komplexní sadě pravidel, která jen dále omezuje možnosti vynucování. To nahrává velkým platformám na úkor menších konkurentů, nových projektů i občanů.

3.2.1 Směrnice o elektronickém obchodu: zelená nezodpovědnost

Většina digitálních služeb doručovaných skrze fyzickou infrastrukturu internetu je také krytá horizontální sadou základních pravidel v rámci Směrnice o elektronickém obchodu (ECD) z roku 2000. Původně byla ECD vyvinuta pro účely poskytovatelů internetu – ti dávali lidem k dispozici přístup k internetu a umožňovaly jim provozovat internetové stránky, šlo tedy o pasívní poskytovatele hostingových služeb.⁷⁸ V dobách, kdy byla ECD vyvinuta, byl obchodní model internetových služeb ještě nejasný a infrastruktura behaviorální reklamy ještě nebyla vybudována. To také znamenalo, že poskytovatelé hráli převážně pasívní roli, protože jim chyběl důvod užívat data o návštěvách a aktivně ovlivňovat způsob, jakým lidé sledovali obsah za účelem maximalizace zisku z reklamy. Navíc v té době neexistovala uspokojivá možnost filtrování nelegálního obsahu.

Evropská unie v tomto ohledu následovala Spojené státy americké a přijala řadu zákonů, které měly za cíl podpořit experimentování a které se zakládaly na velmi silné ochraně svobody projevu, což je v USA ošetřeno Prvním dodatkem ústavy.⁷⁹ ECD například zajišťuje, že poskytovatelé digitálních služeb nemají zodpovědnost za materiál, který šíří, uchovávají či poskytují, pokud se vůči němu chovají zcela pasívně.⁸⁰ Navíc zajišťuje, že orgány nemohou po platformách žádat monitorování informací, které šíří či uchovávají nebo aktivně vyhledávat známky nelegální aktivity. Nelegální obsah musí odstranit pouze tehdy, když se o něm dozvedí, třeba po upozornění uživatelem či státním orgánem.

Avšak za posledních 20 let se hodně věcí změnilo, včetně vzestupu sociálních sítí, platform zprostředkujících obsah, který je tvořen samotnými uživateli, nástupu cloudové infrastruktury a řady silných internetových platform, které často aktivně utváří podobu služby pro uživatele skrze algoritmicky řízený výběr obsahu, systémy doporučení a vkládání obsahu

či reklam do obsahu třetích stran. Platformy ve skutečnosti už z komerčních důvodů monitorují obsah, který je na ně nahráván, a ovlivňují jeho další šíření. Avšak nemají jakýkoliv důvod – a ze strany ECD k tomu nemohou být donuceny – aby tak činily ve veřejném zájmu, tedy například aktivně zamezovaly nahrávání dětské pornografie. Ve výsledku teď na internetu zůstává mnoho – a to často i zjevně – nelegálního obsahu.

Navíc se ukázala správná předpověď amerického profesora práv Lawrence Lessinga, který v roce 1996 hovořil o tom, že „kyberprostor“ je velmi tvárný a že v nepřítomnosti demokratického konsenzu ohledně jeho podoby bude formován dle zájmů jiných aktérů.⁸¹ A opravdu se tak stalo. Protože ECD v zásadě podporovala ve věci internetových platform sebe-regulaci, staly se tak platformy faktickými regulátory uživatelského prožitku internetu. Ve sférách, které kontrolují, se chovají jako veřejné orgány, když stanovují pravidla skrze své smluvní podmínky užití.⁸²

3.2.2 Seberegulace aneb chození kolem horké kaše

V roce 2016 se Evropská unie rozhodla přehodnotit svůj přístup k regulaci platform, protože se čím dál jasněji ukazovalo, že největší platformy mají stále větší dopad na veřejné mínění a slouží jako nástroj pro posilování mnohých společenských problémů, od dezinformací, po projevy nenávisti, porušování autorských práv, atd. Avšak místo toho, aby se reformovala ECD, tedy směrnice, která dává platformám volnou ruku, tak Evropská komise zaujmula přístup, který se zaměřuje na konkrétní problémy a který zkoumá konkrétní újmy v různých sektory.⁸³

Evropská komise se převážně snažila dotlačit platformy k větší odpovědnosti za obsah, který je na nich dostupný, a to skrze různá memoranda zaměřující se na komunikaci a sebe-regulaci. Tyto nevymahatelné závazky však nebyly příliš efektivní, protože prostě nebylo v zájmu velkých platform se jimi řídit, což je obecný problém seberegulace.⁸⁴ Navíc je těžké pro zúčastněné orgány zajistit dodržování, když chybí transparentnost.⁸⁵ Jedna studie řešící vypořádávání se s dezinformacemi například zmiňuje nevalnou implementaci jako přímý důsledek nedostatku donucovacích nástrojů a přichází s řešením sdílené regulace.⁸⁶ Vzhledem k chybějícímu efektivnímu zakročení ze strany Komise zavedla celá řada členských států národní rámce, které nastavily přísnější přístup k nelegálnímu

⁷⁸ Joris van Hoboken, João Pedro Quintais a Joost Poor ten Nico van Eijk (2018) „Hosting intermediary services and illegal content online. An analysis of the scope of article 14 ECD in light of developments in the online service landscape“, Zpráva Evropské komise, Generální ředitelství komunikačních sítí, obsahu a technologie.

⁷⁹ Pro mimořádný přístup Spojených států k svobodě projevu viz. Frederick Schauer (2005) „The exceptional first amendment“, in Michael Ignatieff (ed) *American Exceptionalism and Human Rights*, Princeton: Princeton University Press.

⁸⁰ Články 12, 13 a 14 Směrnice 2001/31/EC.

⁸¹ Lawrence Lessig (1999) *Code and Other Laws of Cyberspace*, Basic Books.

⁸² Julia Black a Andrew Murray (2019) „Regulating AI and Machine Learning: Setting the Regulatory Agenda“, *European Journal of Law and Technology* 10.

⁸³ Evropská komise, „Online Platforms and the Digital Single Market Opportunities and Challenges for Europe“, COM (2016) 0288.

⁸⁴ Pro přehled slabín a rizik, viz. OECD, „Industry Self-Regulation: Role and Use in Supporting Consumer Interests“, DSTI/CP (2014) 4/FINAL, s. 20–21.

⁸⁵ Melanie Smith (2020) „Enforcement and cooperation between Member States. E-Commerce and the future Digital Services Act“, Studie zadaná komisí IMCO, duben.

⁸⁶ Generální ředitelství komunikačních sítí, obsahu a technologie (2020) „Study for the assessment of the implementation of the Code of Practice on Disinformation“, SMART 20190041, 8. května.

obsahu, jako například německý Network Enforcement Act (NetzDG).⁸⁷ Spoléhání na seberegulaci místo právně závazného ošetření podmínek a procesních záruk ohledně mazání nelegálního obsahu nakonec vedlo k tomu, že soukromé internetové platformy i nadále rozhodují o tom, jak mohou občané na internetu uplatňovat svá základní práva.⁸⁸

Politické iniciativy, které se pokouší platformy dotlačit k tomu, aby samy aktivně řešily nelegální a škodlivý obsah, se navíc nachází v zásadním rozporu s režimem omezeného ručení a zákazu obecného sledování, který postuluje ECD. Ve Sdělení z roku 2017 žádala Evropská komise, aby platformy „přijaly efektivní a aktivní opatření pro detekci a smazání nelegálního internetového obsahu a nereagovaly pouze na oznámení, která obdrží.“⁸⁹ Ve stejném dokumentu komise také podporuje vývoj a užívání nástrojů automatické detekce a filtrování, které by dovedly čelit nelegálnímu internetovému obsahu. Taková doporučení tedy hovoří jasně proti pasivnímu přístupu, který zavedla Směrnice o elektronickém obchodu.

Mimo tyto právně nevymahatelné nástroje schválila Evropská unie také řadu zákonů, které měly za cíl „vyrovnat hrací pole“ a zvýšit míru odpovědnosti, kterou platformy nesou za konkrétní újmu, jako je třeba porušování autorských práv nebo obsah škodlivý pro děti. Rozšířila například povinnosti ze Směrnice o audiovizuálních mediálních službách (Audiovisual Media Services Directive) i na „velké platformy pro sdílení videí“, jako je Youtube, a to z důvodu ochrany dětí, a vytvořila pro „internetové poskytovatele služeb pro sdílení obsahu“ nové povinnosti – ti musí začít sledovat, zda obsah na jejich platformách ctí autorská práva. EU dále dala jasně najevo, že práva ochrany spotřebitele stipulované ve Směrnici o nekalých obchodních praktikách (Unfair Commercial Practices Directive) se také týkají platform. Avšak i zde je tento přístup v zásadním rozporu s omezeným ručením a zákazem obecného sledování, který platí v rámci ECD.

V nových pravidlech o autorském právu musí platformy například obdržet dřívější souhlas se sdílením chráněného obsahu, a pokud to není možné, tak musí „udělat vše pro to, aby zajistily jejich nedostupnost a zamezily budoucímu nahrání“.⁹⁰ To lze pouze provést za pomoci filtrovacího systému, který je opět v rozporu se zákazem o obecném sledování v rámci ECD. Další rozpor tkví v nových pravidlech pro audiovizuální média, které od platform vyžadují „vhodná opatření“ k ochraně dětí od škodlivého obsahu a ochraně všech lidí od projevu nenávisti, dětské pornografie a jiných.⁹¹ Nakonec by faktické povinnosti stipulované v rámci Směrnice o nekalých

obchodních praktikách od platform také vyžadovaly aktivní zajištění, že obchodníci užívající jejich platformu se budou řídit relevantními spotřebitelskými a marketingovými požadavky. Je těžké si představit, že by toto všechno měly platformy provádět a stále přitom měly nárok si vyhrazovat právo nést odpovědnost způsobem, který nařizuje ECD.⁹²

3.2.3 Řešit pouze konkrétní problémy je jako nevidět les kvůli stromům

Od roku 2016 se přístup Evropské komise k problému platform soustředil na „vyrovnání hracího pole“, neboť se v té době ukazovalo jako čím dál jasnější, že platformy jsou konkurenty mnohých firem podnikajících v regulovaných sektorech. Platformy se však podobnou sektorově specifickou legislativou nemusely řídit.⁹³ Například je zjevné, že Facebook a Google těží z valné většiny reklamy na internetu, zatímco mediální sektor, který vytváří kvalitní obsah, si bere čím dál méně, a to i přesto, že se musí plně řídit přísnými pravidly a profesními zákony o tom, co lze a nelze publikovat.

Avšak záměr vytvořit „vyrovnané hrací pole“ klade důraz na ladění legislativy v mnoha různých odvětvích, stejně jako na symetrická pravidla, která se týkají všech zúčastněných stran. Toto přímo zakrývá dynamickou a sektorově nespecifickou moc těch největších internetových platform. Jak podotýká profesor Harold Feld, nové komunikační technologie vždy představovaly specifické výzvy, které si vyžadovaly specifická pravidla: „Vyzbrojení pochopením, jakými způsoby jsme úspěšně (...) těmto výzvám čelili v éře telegrafu, telefonu, rádia a televize, můžeme dnes přemýšlet, jak se s těmito výzvami vyrovnat v éře vysokorychlostního internetu a sociálních médií.“⁹⁴

Například změněné znění pravidel Směrnice o audiovizuálních mediálních službách má za cíl lépe ochránit děti na internetu tím, že rozšíří již existující pravidla mediálních služeb i na velké internetové platformy, jako jsou YouTube nebo Instagram. Avšak povinnosti plynoucí z potřeby ochrany dětí před škodlivým obsahem a ochrana jejich dat se vztahuje na poskytovatele mediálního obsahu (tedy například jednotlivé kanály na YouTube) a ne na samotné platformy pro sdílení videí, jako je YouTube, které ve skutečnosti řídí tok dat a fungování dané platformy.⁹⁵ To může značně omezit efektivitu pravidel pro ochranu dětí a vskutku spíše velmi zkomplikovat situaci nezávislých tvůrců obsahu.

V roce 2016 Evropská komise také navrhla novou směrnici pro autorská práva.⁹⁶ Ačkoliv celkový záměr směrnice směřo-

⁸⁷ Netzwerkdurchsetzungsgesetz (German Network Enforcement Act), 2017.

⁸⁸ Teresa Quintel a Carsten Ullrich (2019) ‚Self-Regulation of Fundamental Rights? The EU Code of Conduct on Hate Speech, Related Initiatives and Beyond‘ in Bilyana Petkova and Tuomas Ojanen (eds) *Fundamental Rights Protection Online. The Future Regulation Of Intermediaries*, Cheltenham: Edward Elgar Publishing.

⁸⁹ Evropská komise, ‚Tackling Illegal Content Online. Towards an enhanced responsibility of online platforms‘, COM (2017) 555, s. 10.

⁹⁰ Směrnice (EU) 2019/790, Článek 17.

⁹¹ Směrnice (EU) 2018/1808, Články 28a a 28b.

⁹² Maria Lillà Montagnani (2019) ‚A New Liability Regime for Illegal Content in the Digital Single Market Strategy‘, Bocconi Legal Studies Research Paper, č. 477007, červen.

⁹³ Pro změnu směrem k „vyrovnanému hracímu poli“ jako základnímu principu regulace viz Andrej Savin (2019) ‚Regulating Internet Platforms in the EU. The Emergence of the ‚Level Playing Field‘, Copenhagen Business School Law Research Paper Series č. 19–02.

⁹⁴ Harold Feld (2020) ‚From the telegraph to Twitter: The case for the digital platform act‘ *Computer Law & Security Review* 36.

⁹⁵ Catalina Goanta ‚Children on Social Media. A Comparison of COPPA and the Revised AVMSD‘, TTF Working Papers, s. 17–18 (vyjde).

⁹⁶ Návrh Evropské komise z roku 2016 se stal Směrnicí (EU) 2019/790.

Obrázek č. 5

O platformách, zprostředkovatelích, internetových trzích a jiném: nejnovější legislativa týkající se platformem

SFÉRA	ZÁKON	TERMÍNY TÝKAJÍCÍ SE INTERNETOVÝCH PLATFORMEM	DATUM REALIZACE
Nedávno schválené zákony			
Ochrana dat	Obecné nařízení o ochraně údajů (Nařízení 2019/679)	Zpracovatel dat Datový kontrolor	květen 2018
Kyberbezpečnost	Directive on Security of Network and Information Systems (Nařízení 2016/1148)	Digitální služba (internetový trh, vyhledávač, cloudové služby)	květen 2018
Vnitřní trh	Geo-blocking Regulation (Nařízení 2018/302)	Elektronicky poskytovaná služba	prosinec 2018
Vnitřní trh / Hospodářská soutěž	Platforms-to-Business Regulation (Nařízení 2019/1150)	Internetový zprostředkovatel služeb Internetový vyhledávač	červenec 2020
Obsah	Směrnice o audiovizuálních mediálních službách (Směrnice 2018/1808)	Internetová platforma pro sdílení videí	září 2020
Telekomunikace	Evropská směrnice o elektronických komunikacích (Směrnice 2018/1972)	Vzájemná komunikační služba závislá na čísle Vzájemná komunikační služba nezávislá na čísle	prosinec 2020
Autorská práva	Copyright in the Digital Single Market Directive (Směrnice 2019/790)	Internetový poskytovatel služeb pro sdílení obsahu Poskytovatel služeb informační společnosti	červen 2021
Ochrana spotřebitele	Directive contracts for digital content and services (Směrnice 2019/770)	Digitální služba Digitální obsah	leden 2022
Ochrana spotřebitele	Směrnice o dodržování ochrany spotřebitelů (Směrnice 2019/2161)	Internetový trh	květen 2022
Zákony stále v jednání			
Telekomunikace / Ochrana dat	E-Privacy Regulation (COM(2017)010)	Elektronická komunikační síť	
Obsah	Terrorist Content Regulation (COM(2018)640)	Poskytovatel hostingových služeb	
Kyberbezpečnost	Directive on a high common level of cybersecurity (COM(2020)823)	Poskytovatel cloudových služeb Poskytovatel služeb datového centra Internetový trh Platforma poskytující služby sociální sítě Poskytovatel síťového obsahu Poskytovatel veřejné sítě elektronických komunikací	
Obsah / Ochrana spotřebitele	Digital Services Act (COM(2020)825))	Zprostředkovatelská služba Poskytovatel hostingových služeb Internetová platforma Velká internetová platforma	
Vnitřní trh / Hospodářská soutěž	Digital Markets Act (COM(2020)842)	Základní služba platformy Strážce	

val k vytvoření férovějšího trhu s internetovým obsahem, je možné, že tomu tak ve výsledku nebude. Směrnice například obsahuje nové právo pro mediální nakladatele, aby mohli lépe vzdorovat rozsáhlým internetovým službám pro sdílení obsahu, a tak zajistit, že aspoň část peněz z internetové distribuce obsahu se vrátí těm, kteří ho původně vytvořili. Kritici však podotýkají, že směrnice bude spíše nahrávat velkým a zavedeným hráčům na už tak velmi koncentrovaném trhu. Přidat další vlastnické právo vytvoří složitější situaci a udělá procesy vyjednávání o to nákladnější, což opět bude na škodu menším hráčům. Navíc byly podobné zákony už uvedeny

ve Španělsku a Německu, avšak situaci tiskových nakladatelů to nijak nezlepšilo.⁹⁷

Mimo to pak platformy musí dodržovat povinnosti řádné péče a jiné právní závazky, což v praxi znamená, že různé orgány dohlíží na správné plnění dle různých protokolů. Například

⁹⁷ Otevřený dopis, „Academics against Press Publishers’ Right: 169 European Academics warn against it“, 24. dubna 2018 (https://www.ivir.nl/publicaties/download/Academics_Against_Press_Publishers_Right.pdf).

existují odlišné standardy pro teroristický obsah, obsah škodlivý dětem, dětskou pornografii, xenofobní obsah a řešení autorských práv. Existuje opravdové riziko, že tento rozptyl nevyhnutelných závazků a legislativy vytváří příliš složité prostředí pro zdárnou orientaci ze strany menších podniků a pro vymáhání ze strany orgánů. Snahy o sektorově specifické zákony také neberou v potaz fakt, že občané a spotřebitelé mají legitimní očekávání toho, že pokud jde o věci státu a ekonomiky, tak budou podobná pravidla platit napříč sektory a aktivitami. Tím, že platformy na jednu stranu tlačí na zřízení pravidel lepších a cílenějších, zatímco na druhou stranu kritizují vzniklou džungli pravidel, rozkládají důvěryhodnost demokratických procesů.⁹⁸

Zvyšování počtu norem v oddělených právních doménách jde proti integrované povaze ekosystému platform i proti dlouhodobě sledované konvergentní tendenci digitálních služeb a trhů. Už v roce 1997 si Evropská komise všimla, že služby řešené různými pravidly v oblasti telekomunikací, audiovizuálních médií a elektronického obchodu měly tendenci se vzájemně propojovat.⁹⁹ Avšak navzdory volání po zjednodušení regulačního rámce a poskytnutí celistvější sady pravidel pro digitální prostředí¹⁰⁰ tomu nedávno přijatá legislativa k tomuto tématu příliš neodpovídá.

Rámeček 5

Konvergence digitálních služeb

Video může být vysíláno jako televizní pořad, kde je regulováno přísnými zákony o audiovizuálních a mediálních službách, nebo může být streamováno, na což se vážou méně přísné zákony o elektronickém obchodu. Podobně může být SMS ošetřena přísnějšími zákony, než pokud je zpráva poslána přes internetovou službu (WhatsApp, Facebook Messenger). Aktualizace telekomunikačních a mediálních zákonů toto řeší v pouze velmi omezené míře.

Pokud chce EU donutit platformy k větší odpovědnosti, měla by aktualizovat horizontální pravidla schválená v rámci Směrnice o elektronickém obchodě, a to způsobem, který nebude brát sílu velkých platform na lehkou váhu a který si plně uvědomuje důsledky jejich vlivu na informační prostředí. To znamená, že je třeba rámce tzv. digitálního konstitucionalismu. Ten by zajišťoval, že místo soukromého práva se budou na veřejnou mediální sféru vztahovat zákony právního státu.¹⁰¹

⁹⁸ Paul Nemitz a Matthias Pfeffer, 'Prinzip Mensch – Macht, Freiheit und Demokratie im Zeitalter der Künstlichen Intelligenz', 2020.

⁹⁹ Evropská komise, 'Green Paper on the Convergence of the Telecommunications, Media and Information Technology Sectors, and the Implications for Regulation. Towards an Information Society Approach', COM(97)623.

¹⁰⁰ Alexandre De Streele a Pierre Larouche (2016) 'An Integrated Regulatory Framework for Digital Networks and Services', CERRE Policy Report, 27. ledna.

¹⁰¹ Nicolas Suzor (2018) 'Digital Constitutionalism. Using the Rule of Law to Evaluate the Legitimacy of Governance by Platforms', *Social Media & Society* 4.

3.3 METODY VYNUCOVÁNÍ PRAVIDEL: OBECNÉ NAŘÍZENÍ O OCHRANĚ ÚDAJŮ

Fungování a obchodní modely velkých internetových platform se týkají celé řady sektorů, které jsou přítomny napříč EU. Ve výsledku spadají do odpovědnosti různých regulátorů, od orgánů hospodářské soutěže a mediální regulace, po orgány pro ochranu dat, agentury řešící spotřebitelské právo a regulátory telekomunikací. Co je víc, tyto regulační sféry mají samy decentralizovaný model vymáhání, v jehož rámci každý z národních orgánů sedmadvacítky koná nezávisle. To je často problém, protože národní autority mají velmi rozdílné možnosti, kapacity a přístupy k dohlázení na dodržování zákonů. V takové síti vzájemně se překrývajících donucovacích prostředků je pro dané orgány náročnější se rozhodnout v jakém momentě vzít kompetenci do svých rukou a kdy nejlépe konat.¹⁰²

V decentralizovaném donucovacím systému navíc mají firmy zájem na tom přestěhovat své hlavní sídlo do členského státu s co možná nejmírnější legislativou a donucovacími nástroji. Pro digitální projekty je to Irsko, kde například momentálně sídlí Apple, Twitter, Google, Facebook, LinkedIn, Airbnb, Uber, Microsoft a Salesforce.¹⁰³ Ve všech případech jde o celosvětové technologické firmy s obrovskými zdroji.

I z tohoto důvodu existují v rámci EU slepé úhly, co se dodržování zákonů týče. I když se to týká mnoha různých oblastí, asi největší nedostatky v donucovacích možnostech lze najít v Obecném nařízení o ochraně údajů (GDPR). Ačkoliv GDPR vyžaduje minimalizaci využití osobních dat a – alespoň pokud nejsou splněny specifické podmínky – dělá zpracování osobních dat nelegální, je tento zákon běžně a beztržně porušován. Pokud by dodržování GDPR bylo náležitě vymáháno, mohlo by toto nařízení hrát značnou roli v zamezení zneužívání ze strany těch největších strážců přístupu k internetu.

3.3.1 Kulturní faktory, institucionální nedostatky a mezery ve zdrojích

Ze strany donucovacích orgánů existuje tendence nevyužívat plnou kapacitu GDPR pro efektivní vynucování zákona. Britská Komisařka pro informace v roce 2017 hodnotila dosavadní úspěch takto: „Pokutování vždy bylo a i nadále bude, poslední možnosti. Minulý rok (2016/2017) jsme uzavřeli 17 300 případů. Můžu vám říci, že 16 z nich skončilo pro danou organizaci pokutou.“¹⁰⁴

Jak vysvětluje David Erdos,¹⁰⁵ znamená to, že pokuta byla udělena v jednom z tisíce případů a mnoho datových subjektů tedy zůstalo bez ochrany, ačkoliv jejich práva na ochranu

¹⁰² Lewallen (2020) 'Emerging technologies and problem definition uncertainty: The case of cybersecurity', *Regulation & Governance*.

¹⁰³ Melanie Smith, op cit, s. 22.

¹⁰⁴ Úřad komisaře pro informace (2017) 'Blog: GDPR – sorting the fact from the fiction', 9. srpna (<https://ico.org.uk/about-the-ico/news-and-events/blog-gdpr-sorting-the-fact-from-the-fiction/>).

¹⁰⁵ David Erdos (2020) 'A-contextual and Ineffective? Reviewing the GDPR Two Years On – David Erdos', *Inform's Blog*, 5. května (<https://inform.org/2020/05/05/acontextual-and-ineffective-reviewing-the-gdpr-two-years-on-david-erdos/>).

dat byla porušena. Tato liknavost je nepochopitelná, a to i s přihlédnutím k trvajícím a obecně rozšířenému nedodržování pravidel. Jeden příklad za všechny: internetové stránky standardně sdílejí citlivá data ohledně zdravotnických diagnóz, léčení a příznacích s firmami po celém světě. Tyto praktiky často jasně porušují nařízení GDPR.¹⁰⁶

Toto je problém i proto, že EU se rozhodla pro decentralizovaný donucovací model, kde má země s nejmírnějším přístupem nejvíce vynucovací odpovědnosti. Domáhání se dodržování zákonů o ochraně dat je totiž v kompetenci orgánů země, kde je firma vedena. V případě velkých internetových platforem jde převážně o Irsko a Lucembursko, a to právě proto, že jsou známé svým shovívavým přístupem k vymáhání těchto zákonů. Ačkoliv orgány těchto členských států ve výsledku disponují poměrně omezenými zdroji, skrze přítomnost technologických firem přesto zodpovídají za ochranu dat milionů Evropanů. Jde o zjevný nepoměr. Orgány pro ochranu dat mohou zajistit urgentní, krátkodobé řešení, pokud primárně odpovědné instituce nekonají; avšak dosud tato možnost nebyla využita.¹⁰⁷

GDPR vyžaduje jistou míru koordinace mezi 27 národními orgány a Evropská inspekce pro ochranu údajů (EDPS) z tohoto důvodu také vytvořila konkrétní instituci: Evropskou radu pro ochranu údajů (EDPB). Ta může vydávat pokyny, které mohou napomoci vykládat zákony GDPR, a také má v kompetenci přijímat závazná rozhodnutí v rámci mezistátních příj o zpracování dat, a dále dohlížet na to, že tato pravidla jsou dodržována napříč celou EU. Avšak není třeba oprávněna přebírat případy národními orgány, které tato pravidla nevymáhají. To se například velmi liší od evropských zákonů pro hospodářskou soutěž, kde Evropská komise tuto moc nad státními orgány má.

A konečně je také důležité podotknout, že orgánům pro ochranu dat chybí zdroje, které by jim umožnily splňovat všechny povinnosti. Existují zprávy, které podotýkají, že polovina orgánů pro ochranu dat v EU funguje s rozpočtem menším než 5 milionů EUR. Ve zprávě publikované Evropskou radou pro ochranu údajů se píše, že „ačkoliv většina ze 17 dohlížecích orgánů, které na dotaz odpověděly, sdělila, že by potřebovaly navýšit rozpočet o 30–50 %, tak žádný z nich takový příspěvek neobdržel. Existují extrémní případy, kdy je potřeba navýšit rozpočet i o 100 %.“¹⁰⁸

Tyto postřehy jsou zásadní, protože potvrzují, že GDPR jen dále posílilo pozici velkých datových gigantů a zavedlo překážky pro nové firmy, což dále omezuje možnost datové sy-

nergie. Někteří tvrdí, že tato opatření, kterými GDPR omezuje sbírání a kombinování dat z různých zdrojů, také znamená, že noví hráči na trhu budou mít o to těžší konkurovat velkým technologickým firmám, které už měly čas nasbírat obrovské objemy dat.¹⁰⁹ A role osobního souhlasu nedokáže vyvážit rozdíly mezi silou obrovských internetových platforem a jednotlivých uživatelů.¹¹⁰

Tato tvrzení však neberou v potaz fakt, že velké platformy zatím těžily především z nedostatečného vymáhání legislativy pro ochranu dat. Svou moc na trhu získaly převážně za pomoci obchodních modelů, které byly nelegální v rámci předešlých i současných evropských zákonů pro ochranu dat. I proto by silnější donucovací prostředky, a to hlavně vůči největším sběračům a uchovatelům dat, pomohly omezit moc, kterou tyto subjekty skrze své nelegální obchodní modely získaly. Nová legislativa přišla příliš pozdě a začala regulovat celých deset let potom, co firmy začaly sbírat osobní data, což znamená, že noví příchozí na trh jsou dnes ve značně nevýhodě. Vzhledem k tomu, že se kolem sběru osobních dat vytvořil celý obchodní model, je velmi těžké tyto procesy následně měnit.

Rámeček 6

Šetření britské Komisařky pro informace ve věci Adtech

„Vytvořené profily jednotlivců jsou velmi detailní, a na každou žádost o nabídku jsou opakovaně sdíleny mezi stovkami firem, a to vše bez vědomí daných jednotlivců.“¹¹¹ Ve zprávě o internetové reklamě z roku 2019 shledal britský orgán pro ochranu dat, že celý systém se zakládá na nelegálním užívání osobních dat. A přesto nebylo přijato žádná donucovací opatření.

A jako poslední bod je třeba zmínit, že donucovací prostředky náležitě nereflktují důležitost rozsahu. Mnohá porušení občanského soukromí a nezávislosti jsou způsobena mocnými internetovými platformami, které zavedly vysoké náklady na přechod k jinému poskytovateli, například tím, že komplikují přenositelnost dat a zabraňují interoperabilitě s jinými službami, a které byly navíc zapojeny v mnoha případech úniků a zneužití dat. Celá řada datových zneužití má za cíl ovlivňování různých skupin na základě agregovaných dat, a v případě, že jsou tato data v držení pár podniků, to je velmi jednoduché.¹¹² Jinými slovy, újma často vzrůstá s rozsahem, a to si taky žádá donucovací strategii, která se zaměří přímo na velké provozovatele.

¹⁰⁶ Privacy International (2019), 'Your Mental Health on Sale. How Websites about Depression share Data with Advertisers and leak Depression Test Results', 3 září.

¹⁰⁷ Evropská komise (2020), 'Staff Working Document accompanying the Communication Data protection rules as a pillar of citizens empowerment and EUs approach to digital transition. Two years of application of the General Data Protection Regulation', SWD/2020/115.

¹⁰⁸ Evropská rada pro ochranu údajů (2019), 'First overview on the implementation of the GDPR and the roles and means of the national supervisory authorities', 26. února (https://www.europarl.europa.eu/meetdocs/2014_2019/plmrep/COMMITTEES/LIBE/DV/2019/02-25/9_EDPB_report_EN.pdf), s. 7.

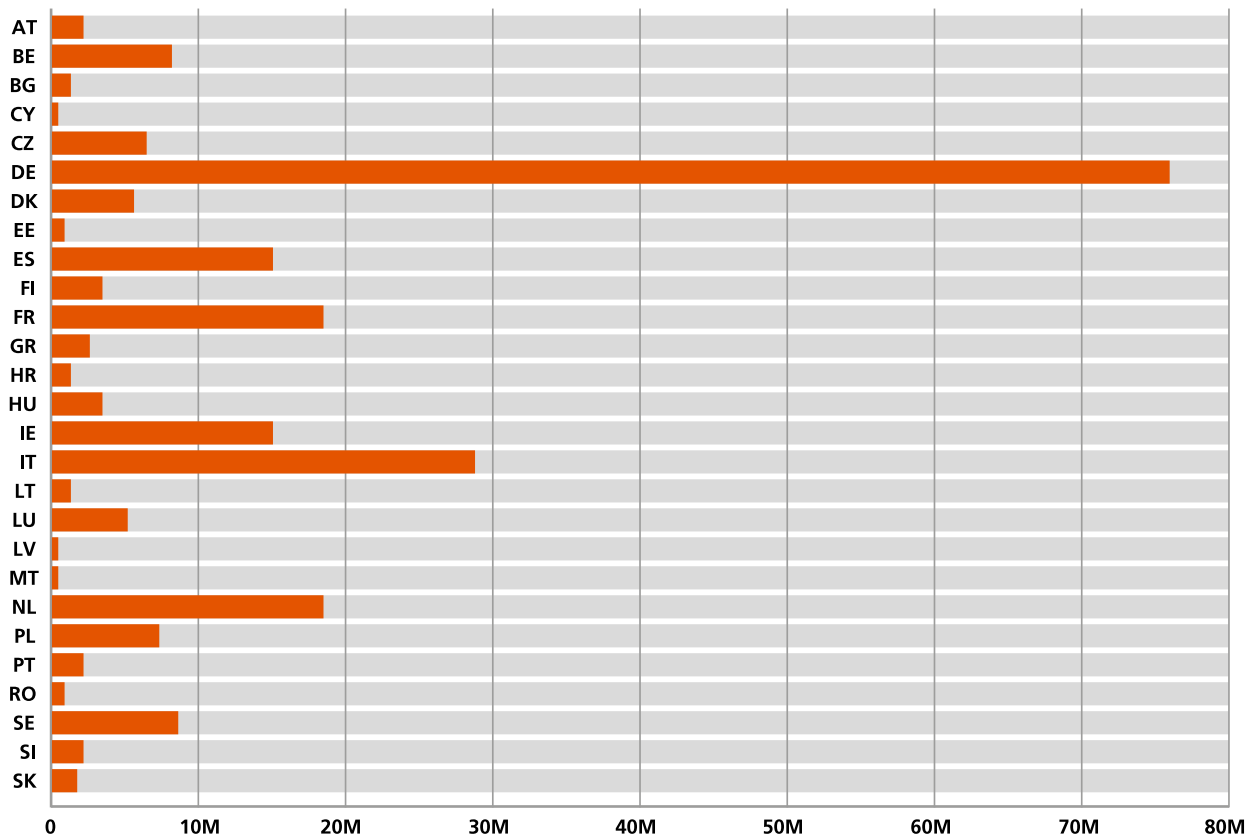
¹⁰⁹ Michal S. Gal a Oshrit Aviv, 'The Competitive Effects of the GDPR', *Journal of Competition and Economics* (vyjde).

¹¹⁰ Elettra Bietti, 'Consent as a Free Pass: Platform Power and the Limits of the Informational Turn', *Pace Law Review* 40.

¹¹¹ Úřad komisaře pro informace (2019), 'Update report into adtech and real time bidding', 20. června (<https://ico.org.uk/media/about-the-ico/documents/2615156/adtech-real-time-bidding-report-201906-dl191220.pdf>), s. 23.

¹¹² Michal S. Gal (2020), 'Competitive effects of the GDPR', s. 33; Martin Tisné (2020), 'The Data Delusion: Protecting Individual Data Isn't Enough When The Harm is Collective', Cyber Policy Center Stanford University, červenec (viz zde).

Obrázek č. 6

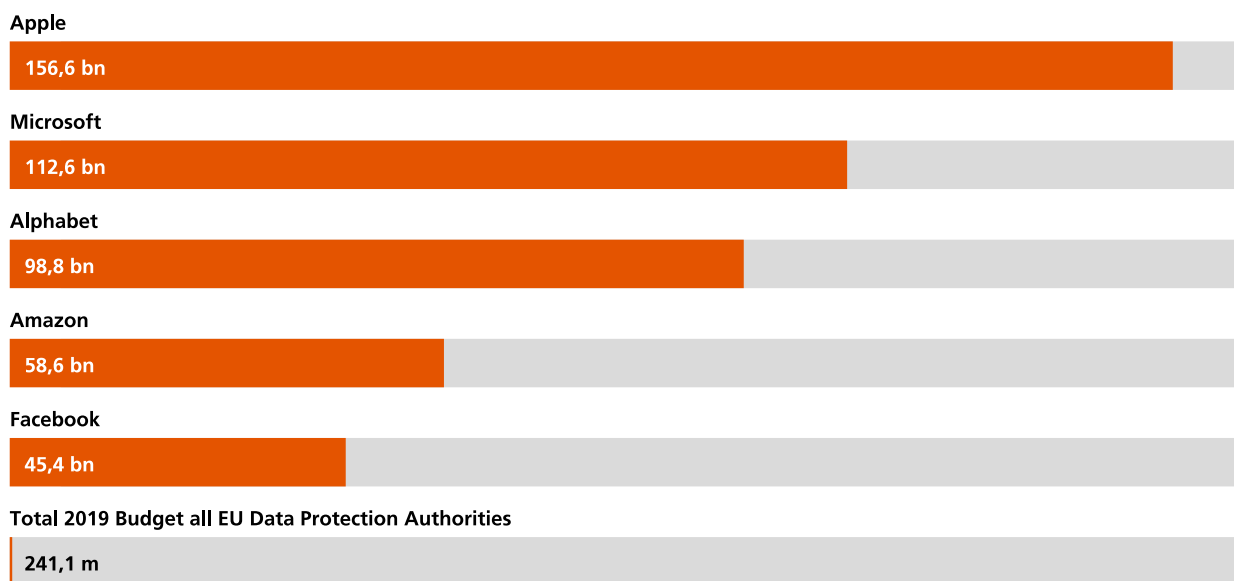
Rozdíly v rozpočtu: Evropské orgány pro ochranu dat

Rozpočty evropských orgánů pro ochranu dat v roce 2019

Graf: Zpracováno autorem

Zdroj: European Commission Staff Working Document SWD/2020/115

Obrázek č. 7

Finance velkých technologických firem v porovnání s evropskými orgány pro ochranu dat

Obnos Microsoftu se zakládá na Q1 2020; suma Facebooku se zakládá na Q3 2020

Graf: Zpracováno autorem

Zdroj: čtvrtletní finanční zprávy

4

CO JE SE STRÁŽCI INTERNETU TŘEBA UDĚLAT?

4.1 INTERNET JAKO INFRASTRUKTURA

Krise způsobená covidem-19 opět poukázala na fakt, že velké platformy tvoří zásadní společenskou a ekonomickou infrastrukturu. Internetoví prodejci takřka nedovedou nepoužívat Amazon, občané jen sotva dovedou nepoužívat ekosystém sociálních médií patřících pod Facebook a téměř všichni jsou pro vyhledávání odkázáni na Google.

Jak ukázaly předešlé kapitoly, od 90. let až dodnes existuje přímá vazba mezi selháním veřejných orgánů angažovat se v oblasti internetových služeb a zásadně ambivalentní podobou současného internetu. Evropská Unie by tedy neměla rezignovat na dnešní situaci, ve které hrstka firem nastavuje pravidla pro velkou část internetu, ale měla by se zasadit o vytvoření veřejného internetového prostoru a nových internetových institucí, které by fungovaly jiným způsobem než skrze všudypřítomný sběr dat a behaviorální reklamu s jejich rozkladnými efekty. Technologie bez silných institucí a kolektivní akce těžko povedou k větší rovnosti, svobodě a demokracii.

Komunikační a informační technologie minulosti, jako například televizní vysílání, pošta a knihy byly formovány veřejnými orgány, a to nejen skrze nastavení platných pravidel či rozbití firem (ačkoliv to se také dělo), ale také skrze investice a tvorbu nových institucí; jako třeba BBC, národní poštovní služby a veřejné knihovny, které pak poskytovaly zásadní služby veřejnosti. Dnes by si šlo představit například evropskou streamovací platformu s politickým zpravodajstvím a dokumentárními pořady převzatými z různých kanálů a jiných médií, které by byly propojeny skrze sdílenou vyhledávací platformu a byly by automaticky titulkovány ve všech evropských jazycích.

Rámeček 7

Investice EU do digitálních projektů

Ve svém Projevu ke stavu Unie Předsedkyně Evropské komise Ursula Von Der Leyen ohlásila, že z celkových 750 mld. eur záchranného balíčku EU Next Generation by 20 % mělo jít na vývoj „digitálních“ projektů, a evropští lídři tento výrok následně potvrdili. To dělá zhruba EUR 150 mld. Dlouhodobý rozpočet EU pro 2021–2027 navíc počítá s EUR 132,8 mld., které utratí pod heslem „jednotný trh, inovace a digitální projekty“. Tato příležitost by se neměla promarnit utracením této sumy na rozdrobené místní projekty napříč EU. Jaká je dlouhodobá vize?

Evropská unie by navíc měla umožnit vznik takových alternativních byznysových modelů pro internet, které se nezakládají na špehování. Je jasné, že digitální infrastruktura je materiální záležitostí a konstrukce i údržba stojí čas i peníze. To samé platí pro tvorbu kvalitního obsahu. To také znamená, že současný systém, který se zakládá na reklamě, není zadarmo. Občané platí svým soukromím, časem a vynaloženou energií. Je tedy načase zvážit různé výhody a nevýhody a udělat místo jiným obchodním modelům s mnohem menšími externími náklady pro místní komunity, občany, pracující a demokracii jako takovou. Momentálně se různé projekty pokouší vytvořit nové způsoby monetizace internetového obsahu, a to bez potřeby spoléhat se na prostředníky, jakými jsou například platební platformy.¹¹³

Pro EU je přehodnocení její digitální politiky zásadní i z důvodu vytvoření místa pro alternativy a pro občanskou společnost. Evropská komise by například měla vyhodnotit potenciální dopady navrhované legislativy na existující mocenské struktury. Je daná legislativa lepší pro řešení a omezení moci těchto struktur, nebo naopak dále prohloubí jejich dominantní postavení? Bere legislativa v potaz nové modely fungování, jako jsou například neziskové organizace?

Rámeček 8

Cena sledování

Podle Brave „platí průměrný mobilní uživatel v datech až 23 USD měsíčně za stahování reklam a trackerů. To je celkem 276 USD za rok“. I kdyby náklady v kontextu EU byly pouze zlomek tohoto objemu, stále by to dohromady dávalo miliardy eur ročně.¹¹⁴

Veřejná diskuze o hodnotách, které by náš digitální ekosystém měl ctít, je důležitá i proto, že logika sledování propagována ze strany velkých platform se i nadále šíří do celé řady

¹¹³ TechCrunch (2019) ‚\$100M Grant for the Web fund aims to jump-start a new way to pay online‘, 16. září (<https://techcrunch.com/2019/09/16/100m-grant-for-the-web-fund-aims-to-jump-start-a-new-way-to-pay-online/>).

¹¹⁴ Citováno v Maurice E. Stucke a Ariel Ezrachi (2020) *Competition Overdose. How Free Market Mythology Transformed Us from Citizen Kings to Market Servants*, New York: HarperCollins.

sektorů a výsledná toxicita veřejného diskurzu podkopává snahy evropských demokracií přijít se společnou vizí budoucího vývoje.

Rámeček 9

Alternativní internetová architektura

Vynálezce internetu Tim Berners-Lee se pokouší prosadit Solid – tedy novou internetovou architekturu, která by umožnila samotným uživatelům rozhodovat o svých datech. Berners-Lee se bojí, že mocné technologické firmy podkopaly kolektivní povahu internetu, a tímto způsobem se jí pokouší znovu oživit.¹¹⁵

4.2 STRÁŽCI INTERNETU: JEDNODUCHÁ A NESYMETRICKÁ PRAVIDLA

Když vezmeme v potaz zásadní roli, které se dnes velké platformy v internetovém prostředí těší, tak je vidět, že existuje mnoho důvodů, proč chválit plány Evropské unie pro zavedení zvláštního regulačního režimu pro internetové strážce. Snahy o regulaci by měly být zacíleny správným směrem – tedy na firmy, které utváří podobu digitálního prostředí občanů a podniků a jejichž aktivity mají dopad na celou společnost.

V rámci evropského práva pro hospodářskou soutěž mají už teď dominantní podniky zvláštní odpovědnost nenarušovat hospodářskou soutěž a nedávné aktualizace autorského práva a pravidel pro audiovizuální média také správně zohledňují fakt, že na velikosti opravdu záleží. Tento princip asymetrické regulace by měl být ctěn a měl by se stát základním kamenem pro ex ante regulační režim pro strážce internetu. Takový veřejnoprávní rámec by také zabránil zatížení malých firem plynoucím z dodržování nařízení, což by jen dále prohloubilo rozdíly mezi malými a velkými. Jakákoliv přesná hranice pro definici dotčených strážců je z principu libovolná, a EU by tedy měla přihlídnout k různým kritériím, od počtu měsíčně aktivních uživatelů a možností jejich „připoutání“ po jejich finanční možnosti. To by mělo předejít příliš mechanickému řešení. Ať tak či tak, tato definice by neměla pouze počítat a sledovat výhradně kritérium podílu na trhu.

Jakýkoliv nový zákon by měl obsahovat pravidla, která by omezila různé formy protisoutěžních praktik, které by stranily vlastním produktům a službám, jako je sebeodkazování, provázání, spojený prodej a strategické užívání dat konkurentů. Mimo regulaci chování strážců by EU měla také mít možnost přímo zasáhnout do trhů a řešit samotný původ současné moci strážců, jako například v sociálních médiích a digitální reklamě, stejně jako na nově vznikajících trzích, kterým hrozí monopolizace. To by mohlo znamenat, že by strážci třeba museli sdílet jisté typy dat či zajistit možnost interoperability.

¹¹⁵ Financial Times (2020) ‚NHS signs up for Tim Berners-Lee pilot to reinvent web‘, 9. listopadu (<https://www.ft.com/content/01480644-3ca3-486e-907d-4abf8aac1719>).

Nejdůležitější je si uvědomit, že jakýkoliv nový režim bude úspěšný pouze za předpokladu, že bude existovat silný a centralizovaný vynucovací systém, který bude přímo tvořený na míru síle a dynamice největších internetových platform. V roce 2019 unikla zpráva z Evropské komise, ve které se psalo, že v EU neexistuje „žádný vyhrazený ‚regulátor platform‘, který by byl schopen efektivně dohlížet na moderaci obsahu a transparentnost reklamy a domáhat se jejich plnění.“ Zpráva dále tvrdila, že „mnoho současných regulátorů postrádá potřebné digitální kapacity, které by jim umožnily se s dnešními internetovými platformami vypořádat.“ Správa končila prohlášením, že „mimo drahý, pomalý a místy si navzájem odporující dohled, který poskytují různí sektoroví regulátoři, je jedním z důsledků, že mnohá rozhodnutí o veřejném zájmu, která by spíše měla být schválena nezávislými veřejnými institucemi, jsou momentálně delegována na internetové platformy, kde nejsou podrobena adekvátnímu a potřebnému dohledu.“¹¹⁶ To je podobné jako tvrzení ze strany britské Sněmovny lordů, která po britském „Digitálním orgánu“ (Digital Authority) žádala koordinaci regulace digitálního prostředí.¹¹⁷

Nařídít strážcům podmínky pro sdílení dat a interoperabilitu s sebou nese rizika a kompromisy týkající se inovací, ochrany dat a kyberbezpečnosti.¹¹⁸ Je tedy důležité, aby schopní regulátoři měli široký mandát, potřebnou expertízu a také přístup k relevantním informacím a aby byli schopni dělat informovaná rozhodnutí, která často potřebují zohlednit různé hodnotové systémy. To je také další důvod, proč by právní rámec měl mít nejen zájem podporovat hospodářskou soutěž, ale také zohledňovat širší kontext pro dodržování základních práv a ochrany spotřebitele, který je v tomto ohledu zásadní.

Rámeček 10

Interoperabilita napříč sociálními sítěmi

Britský orgán pro hospodářskou soutěž UK Competition and Markets Authority si myslí, že Facebook by měl mít povinnost nabízet aspoň minimální formu interoperability tím, že by uživatelům umožnil pozvat své Facebookové přátele na jiné mediální platformy, což by umožnilo sdílení obsahu z jiných aplikací na Facebooku.¹¹⁹

Zazněly také návrhy, které radí vytvořit silnější podmínky pro spolupráci mezi existujícími regulátory napříč sektory, což by vytvořilo větší překryv mezi zákony týkajícími se interneto-

¹¹⁶ Evropská komise (2019) DG CNECT, poznámka o regulaci internetových platform note on the regulation of online platforms (<https://cdn.netzpolitik.org/wp-upload/2019/07/Digital-Services-Act-note-DG-Connect-June-2019.pdf>).

¹¹⁷ Sněmovna lordů (2019), Select Committee on Communications, ‚Regulating in a digital world‘, 9. března (viz zde).

¹¹⁸ Viz například Ian Brown (2020) ‚Interoperability as a tool for competition regulation‘, OpenForum Academy (https://openforumeurope.org/wp-content/uploads/2020/11/Ian_Brown_Interoperability_for_competition_regulation.pdf).

¹¹⁹ Orgán pro soutěž a trhy (2020) ‚Online platforms and digital advertising‘, Finální zpráva o trzích, 1. července.



Obrázek č. 8

Facebook již teď sleduje a označuje své nahrané fotografie

Foto Shutterstock

vých platform.¹²⁰ Opravdu je vidět posun v tom, že národní donucovací orgány sledují i legislativu mimo svůj sektor, avšak stále chybí sjednocený způsob donucování.¹²¹ Takový propojený přístup k výkonné moci napříč sektory by mohl fungovat jako jistý meta-regulátor, který by dovedl propojit různé sítě, a umožnit tak koordinovanou spolupráci. Takový meta-regulátor by se skládal ze skupiny expertů a také by využíval sadu procesů, které by umožnily nejen vytvoření sítě a zlepšení koordinace, ale také by podpořil sdílené rozhodování mezi různými skupinami a národními a regionálními regulátory.¹²²

4.3 OBSAH, INFORMACE A DEMOKRACIE

V zásadě by EU neměla přistoupit na stav, kde pár soukromých firem má obrovskou moc formovat veřejný názor. Avšak momentálně by si EU měla přiznat, že velké platformy vytvořily automatizovanou veřejnou sféru a diktují si podmínky toho, jakým způsobem občané užívají svých internetových práv. EU by měla značně přehodnotit svůj laissez-faire přístup, který je patrný ze Směrnice o elektronickém obchodu (ECD), a donutit platformy k větší zodpovědnosti a současně vytvořit srozumitelné podmínky pro zákony, které již přijala pro ošet-

ření různých typů nelegálního obsahu. Tato nová pravidla by měla poskytnout jednoduchou sadu zákonů, které by zajistily, že největší zprostředkovatelé obsahu vedou své platformy v souladu se zákonem a základními právy.

Je zjevné, že mnoho velkých platform, jako je Facebook a YouTube, využívají své systémy k rozpoznání a mapování obsahu pro čistě komerční účely. Vzhledem k tomu, že takové možnosti existují, tak by bylo rozumné požadovat, aby tyto systémy byly využívány ve veřejném zájmu. Konkrétně by to znamenalo, že by největší platformy měly povinnost zjevně nelegální obsah, jako je dětská pornografie a teroristický obsah, bez otálení a proaktivně smazat – v souladu s jistou strážnickou funkcí veřejné sféry – a to bez toho, aby nejprve čekaly na oznámení třetí strany. Takové automatizované systémy nepracují bezchybně a automatické stáhnutí takového obsahu by tedy vždy mělo být zkontrolováno i člověkem.¹²³

Aby bylo jasno, to neznamená vytvoření nových filtrů, které by řešily nahrávaný obsah, ale spíše by to znamenalo, že firmy, které je již používají pro komerční účely, by je začaly používat ve prospěch veřejného zájmu ochrany dětí a omezení zjevně nelegálního obsahu, který má často negativní vliv na veřejný diskurz. Důraz je zde na to „zjevně“, což znamená, že v případě pochyb by platformy neměly povinnost obsah stáhnout. Co se týče autorských práv, tak neexistuje důvod, proč by platformy měly samy mít zájem mazat velký objem domněle nelegálního obsahu – vzhledem k tomu, že platfor-

¹²⁰ Catalina Goanta si všimá zdvojení mezi Audiovisual Media Services Directive a Unfair Commercial Practices Directive, in „Children on Social Media. A Comparison of COPPA and the Revised AVMSD“, TTfL Working Papers, s. 13–14 (vyjde).

¹²¹ Inge Graef, Damian Clifford a Peggy Valcke (2018) „Fairness and enforcement: bridging competition, data protection, and consumer law“, *International Data Privacy Law* 8, s. 200–223.

¹²² Ben Wagner a Carolina Ferro (2020) „Governance of Digitalization in Europe. A Contribution to the Exploration Shaping Digital Policy – Towards a Fair Digital Society?“, Bertelsmann Stiftung, květen.

¹²³ Pro shrnutí rizik viz. Robert Gorwa, Reuben Binns a Christian Katzenbach (2020) „Algorithmic content moderation: Technical and political challenges in the automation of platform governance“, *Big Data & Society* 7.

my vydělávají miliardy na reklamě autorů v oblastech hudby a filmu, tak v případě obsahu, který není zjevně nelegální, taková motivace neexistuje. Je nakonec ale třeba říct, že obchodní model platforem je sycen rozhořčením a projevy agrese, které nelze označit za přímé výhružky, nactiutrhání, a projevy nenávisti, a které tedy nejsou přímo protizákonné.

Aby se předešlo posílení kontroly velkých platforem nad způsobem, kterým lidé uplatňují své právo na svobodu projevu, měla by veřejnost také mít možnost odvolat se proti jakémukoliv rozhodnutí o smazání na úrovni nezávislého orgánu pro řešení sporů, který by byl financován právě ze strany internetových platforem. EU by také měla právně ošetřit základní procedurální aspekty a garance oznámení nelegálního obsahu a jeho mazání a měla by velmi pečlivě přihlídnout k velikosti a tržní síle daných aktérů. Toto by se mělo ideálně dít formou regulace, aby se předešlo fragmentaci přístupu napříč EU.

Dále by EU měla požadovat více transparentnosti v internetových reklamních trzích a podpořit nezávislý výzkum. Pokud mají skeptici ve věci behaviorální reklamy pravdu, tak tato bublina rychle splaskne a umožní transformaci v nový obchodní model. Na druhou stranu, pokud výzkum ukáže, že programatická reklama je efektivní, toto pochopení nám může ukázat cestu směrem k přísnějším opatřením, jako je například účinné omezení behaviorální reklamy. Ať tak či tak, je jasné, že průmysl personalizované reklamy je možný pouze skrze porušení Obecného nařízení o ochraně údajů (GDPR). Posílením schopnosti vymáhat GDPR mohou příslušné orgány urychlit přerod v jiný obchodní model.

V dřívějších krizích způsobených novými mediálními technologiemi, jako byl rozhlas a televize, reagovala legislativa financováním nových zdrojů kvalitního mediálního obsahu a tvorbou pravidel mediálního vlastnictví, která by zamezily dalšímu růstu monopolů a jejich dominanci.¹²⁴ To je důležitá cesta, kterou by EU měla dále prozkoumat. V Německu byla v prosinci roku 2019 schválena Mezistátní smlouva o vysílání, která obsahuje v tomto ohledu zajímavé prvky. Například vyžaduje větší transparentnost algoritmů používaných platformami sociálních sítí a umožňuje nastavit podmínky jejich fungování tak, aby byl více viditelný zpravodajský obsah. Navíc v roce 2019 zpráva poradního výboru Evropské komise navrhla, aby platformy, které volí a doporučují obsah na základě algoritmů, měly také povinnost zobrazovat obsah sloužící veřejným zájmům.¹²⁵

¹²⁴ Chris Marsden, Trisha Meyer a Ian Brown (2020) 'Platform values and democratic elections: How can the law regulate digital disinformation?', *Computer Law & Security Review* 36.

¹²⁵ Guillaume Klossa (2019) 'Towards European Media Sovereignty. An Industrial Media Strategy to leverage Data, Algorithms and Artificial Intelligence', Zpráva Guillaume Klossa, zvláštního poradce viceprezidenta Evropské komise Andrusse Ansipa, s. 74.

PŘEHLED GRAFICKÝCH MATERIÁLŮ

- 9 Obrázek č. 1
Google: Internetové služby zaměřené na spotřebitele
- 9 Obrázek č. 2
Facebook: Internetové služby zaměřené na spotřebitele
- 10 Obrázek č. 3
Požírají velké technologické firmy svět?
- 15 Obrázek č. 4
Hledání konkurence: dominance Google Search
- 20 Obrázek č. 5
O platformách, zprostředkovatelích, internetových trzích a jiném: nejnovější legislativa týkající se platforem
- 23 Obrázek č. 6
Rozdíly v rozpočtu: Evropské orgány pro ochranu dat
- Obrázek č. 7
- 23 **Finance velkých technologických firem v porovnání s evropskými orgány pro ochranu dat**
- Obrázek č. 8
- 26 **Facebook již teď sleduje a označuje své nahrané fotografie**

O AUTOROVI

Justin Nogarede působí ve Foundation for European Progressive Studies jako policy advisor pro oblast digitální politiky. Předtím působil u Evropské komise na pozicích spjatých s totožnou problematikou. Je absolventem univerzit v Amsterdamu a Groningen.

ANGLICKÝ ORIGINÁL

GOVERNING ONLINE GATEKEEPERS
TAKING POWER SERIOUSLY

Originál publikován v lednu 2021 těmito subjekty: THE FOUNDATION FOR EUROPEAN PROGRESSIVE STUDIES (FEPS), FRIEDRICH-EBERT-STIFTUNG, FONDATION JEAN-JAURES, FUNDACION PABLO IGLESIAS, FONDAZIONE PIETRO NENNI a s finanční podporou Evropského parlamentu

ISBN originálu: 978-2-930769-48-6

IMPRINT

Friedrich-Ebert-Stiftung, zastoupení v České republice
Zborovská 716/27 | 150 00 Praha 5 | Česká republika

Odpovědná osoba:
Urban Überschär
Tel.: +420 224 947 076

www.fesprag.cz | www.facebook.com/FESPrag

Masarykova demokratická akademie, z. s.
Hybernská 1033/7 | 110 00 Praha 1 | Česká republika
Tel.: +420 224 223 757

Odpovědná osoba:
Vladimír Špidla, ředitel

www.masarykovaakademie.cz | www.facebook.com/masarykova.akademie

1. české vydání, Praha, listopad 2021

Překlad z angličtiny: Vít Bohal

Odborná redakce a korektury: Kateřina Smejkalová

Bezplatné exempláře mohou být objednány na adrese
fes@fesprag.cz

Komerční využití není povoleno.

O NÁS

Kancelář Friedrich-Ebert-Stiftung v Praze existuje od roku 1990. Se sociálně demokratickými hodnotami na zřeteli poskytuje expertizu v nejrůznějších formátech, a posiluje tak veřejnou debatu o tématech evropské a zahraniční politiky,

Masarykova demokratická akademie, z. s. je nezávislá sociálnědemokratická vzdělávací instituce popularizující hodnoty sociálně demokratického hnutí. Funguje jako sociálně demo-

kratický think-tank a vzdělávací instituce pro političky a politiky, odbory, občanskou společnost i širokou veřejnost, která sdílí cíle a hodnoty demokratické levice.

www.fesprag.cz

kratický think-tank a vzdělávací instituce pro političky a politiky, odbory, občanskou společnost i širokou veřejnost, která sdílí cíle a hodnoty demokratické levice.

www.masarykovaakademie.cz

REGULACE STRÁŽCŮ OBSAHU NA INTERNETU:

Nebrat sílu platformem na lehkou váhu



Bez veřejné legislativy a investic se z internetu stal online ekosystém mocných a soukromých *strážců přístupu k internetovému obsahu*, digitálních platform, které mají pod kontrolou široké spektrum služeb nezbytných pro podniky, občany a veřejnost. Tito strážci za pomoci technologického nastavení svých služeb řídí různé společenské aktivity způsoby, které se čím dál tím častěji nachází v rozporu s veřejným zájmem, celospolečenským prospěchem a právy občanů. Například princip fungování digitálních služeb podřízený tomu, jak se prodá co nejvíce reklamy, měl dalekosáhlé a nečekané dopady na kvalitu veřejné debaty a udržitelnost médií jako takových.



Evropská unie se za účelem regulace velkých platform již dlouho spoléhá na nástroje k zajištění férové hospodářské soutěže, avšak tyto technologické firmy i nadále rostou a pronikají do různých dalších sektorů, a tak se tento přístup, který má tendenci řešit problémy případ od případu, ukázal jako nedostačující. Navíc neřeší různé principiálnější společenské hodnoty a také základní občanská práva, která jsou ve hře též.



EU musí co nejdříve s digitálními platformami vyrovnat síly, a to nejen z důvodu zachování hospodářské soutěže a inovace, ale také za účelem podpoření ekonomické a politické svobody občanů a ochrany demokracie. Musí zajistit, že tyto infrastruktury budou navrženy takovým způsobem, který bude podporovat interoperabilitu, ochranu dat a transparentnost. To si žádá veřejné investice, nová a jednoduchá pravidla pro řízení internetových strážců a výrazné navýšení zdrojů a koordinování kapacit výkonné moci.

Více informací naleznete zde:
<http://www.fesprag.cz>