

# Regulacija platformi za razmjenu videozapisa u Europskoj uniji

---

**Barišić, Dominik**

**Master's thesis / Diplomski rad**

**2022**

*Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj:* **University of Zagreb, Faculty of Law / Sveučilište u Zagrebu, Pravni fakultet**

*Permanent link / Trajna poveznica:* <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:199:067521>

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

*Download date / Datum preuzimanja:* **2024-08-26**



*Repository / Repozitorij:*

[Repository Faculty of Law University of Zagreb](#)



SVEUČILIŠTE U ZAGREBU  
PRAVNI FAKULTET  
KATEDRA ZA PRAVNU INFORMATIKU

Regulacija platformi za razmjenu videozapisa u  
Europskoj uniji

Dominik Barišić

Mentor: Hrvoje Lisičar

Zagreb, srpanj 2022. godine

# Sadržaj

1. Uvod.....	1
2. Povijest platformi za razmjenu videozapisa.....	2
3. Revizija regulacije platformi za razmjenu videozapisa u Europskoj uniji.....	4
a) Što je platforma za razmjenu videozapisa.....	4
4. Osnovni principi regulacije platformi za razmjenu videozapisa.....	5
a) Sustavni pristup.....	5
b) Transparentnost.....	6
c) Režim minimalnog usklađivanja zakonodavstava.....	10
d) Aktivni korisnik kao regulatorni faktor.....	10
5. Područja regulacije platformi za razmjenu videozapisa.....	12
I) Govor mržnje.....	12
II) Zaštita maloljetnika.....	12
III) Pravila u vezi komercijalne komunikacije.....	14
IV) Kaznena djela.....	15
6. Regulatorne mjere usmjerene na platforme za razmjenu videozapisa.....	16
I) Odnos mjera iz direktive prema uvjetima pružanja usluge.....	17
II) Sustavi označavanja sadržaja („flagging“). .....	18
III) Moderiranje sadržaja uz pomoć umjetne inteligencije.....	19
7. Praktična primjena kriterija osnovne funkcionalnosti usluge.....	21
8. Regulacija vlogera na platformama za razmjenu videozapisa.....	22
9. Princip zemlje podrijetla i problem primjene na platforme za razmjenu videozapisa.....	24
10. Institut samoregulacije i koregulacije.....	26
11. Samoregulacija velikih platformi za razmjenu videozapisa.....	28
a) Youtube.....	28
b) TikTok.....	30
12. Zaključak.....	32
13. Literatura.....	33

## Izjava o autorstvu

Ja, Dominik Barišić, ovime potvrđujem da sam osobno napisao/la rad pod nazivom: Regulacija platformi za razmjenu videozapisa u Europskoj Uniji. Svi dijelovi rada, nalazi ili ideje koje su u radu citirane, parafrazirane ili se temelje na drugim izvorima (bilo da su u pitanju knjige, znanstveni, stručni ili popularni članci, mrežni izvori, propisi, sudske odluke ili statistički podaci) su u radu jasno označeni kao takvi te adekvatno navedeni u popisu literature. U izradi rada nisam koristio/-la drugim izvorima do onih navedenih u radu.

Mjesto i datum: Zagreb, 30. srpnja 2022.

Potpis studenta s navođenjem punog imena i prezimena: Dominik Barišić

## SAŽETAK

Regulacija platformi za razmjenu videozapisa (eng. Video Sharing Platform) je porastom njihove popularnosti postala sve važnija. Takve platforme imaju određene specifičnosti koje ih razlikuju od ostalih audiovizualnih medijskih usluga te su uvele i korisnika kao aktivnog činitelja unutar platformi s obzirom da su videozapisi kreirani od strane korisnika. Europska unija odlučila se za strožu regulaciju takvih platformi donošenjem izmjena Direktive o audiovizualnim medijskim uslugama 2018. godine unutar koje su inače bile samo tradicionalne medijske usluge i usluge na zahtjev. Stroža regulacija takvih platformi doprinijet će većoj zaštiti kreatora koji učitavaju videozapise, ali i većoj zaštiti korisnika koji ih gledaju, posebno maloljetnika te javnih interesa. Platforme za razmjenu videozapisa mogu imati veliki utjecaj na društveno mišljenje o određenim temama te je potrebno da i same platforme porade na dodatnoj samoregulaciji kroz smjernice zajednice i kodekse ponašanja. Iako je stroža regulacija u direktivi dobar put kako bi se zakonodavni okvir u državama članicama usavršio, i dalje ostaje problem manjka transparentnosti od strane samih platformi oko postupaka i pravila koja koriste kako bi se korisnici zaštitili, na što se i sami kreatori videozapisa žale. Uz to postoje i određeni problemi u praksi poput primjene principa zemlje porijekla, netransparentne upotrebe umjetne inteligencije kao moderacijskog mehanizma te primjene instituta samoregulacije kao načina regulacije platformi. Kako bi se ti problemi otklonili potrebno je raditi na daljnjoj regulaciji primjenjujući iskustva iz prakse te promatrati u kojem smjeru će se platforme i sudska praksa dalje razvijati u kontekstu revizije Direktive o audiovizualnim medijskim uslugama.

Ključne riječi: platforma, korisnik, samoregulacija, transparentnost, Youtube, TikTok

## 1. Uvod

Globalizacija je donijela novo doba u povijesti čovječanstva te je pridonijela sve većoj povezanosti različitih naroda i država. Sve većem utjecaju globalizacije u svijetu puno je pridonio Internet i koncept informacijskog društva.

Koncept informacijskog društva počiva na ideji suvremenog društva, koji svoj kulturni, znanstveni i gospodarski razvoj temelji na sve većem uvođenju i širenju telekomunikacijske i računalne tehnologije kako bi se podaci i informacije sve brže razmjenjivale i obrađivale te tako povećala ukupna produktivnost društva<sup>1</sup>. Tom konceptu informacijskog društva uvelike je pridonio i koncept platformi za razmjenu videozapisa koji se pojavio sredinom 2000-ih godina pojavom platforme Youtube koja je u trenutačnom vlasništvu Google i koja je jedna od najvećih svjetskih kompanija te kao takva može imati veliki utjecaj na regulaciju platformi za razmjenu videozapisa.

Velike promjene u regulaciji platformi za razmjenu video sadržaja dogodile su se izmjenama postojeće Direktive o audiovizualnim medijskim uslugama 2018. godine koja stavlja naglasak na sve veću zaštitu potrošača i transparentnost. Ta direktiva je prepoznala sve veću važnost platformi za razmjenu videozapisa na tržištu audiovizualnih medijskih usluga zbog trenutačne konvergencije televizije i internetskih usluga.

Cilj ovog rada je prikazati kako funkcionira regulacija platformi za razmjenu videozapisa na Europskoj razini nakon izmjena postojeće Direktive o audiovizualnim medijskim uslugama i probleme koji se pojavljuju u praksi kod regulacije platformi unatoč tim izmjenama te potencijalna rješenja kojima bi se ti problemi otklonili.

Razvoj na području tehnologije je omogućio nove vrste usluga i korisničkih iskustava te je to znatno utjecalo na navike gledanja opće populacije, a posebno kod mlađe populacije pojavom korisničke usluge Tik-tok. Taj razvoj najviše se očituje u tome da korisnici sve više audiovizualnog sadržaja gledaju na prijenosnim uređajima, a sve manje putem tradicionalnog televizijskog sadržaja posebno mlađe osobe iako taj sadržaj i dalje čini najveći udio prosječnog dnevnog vremena gledanja što potvrđuje i relevantna statistika koja navodi kako kod osoba između 5 i 16 godina gledanje televizije čini 45.2% udjela od ukupnog vremena gledanja, a gledanje videozapisa preko platformi 19.6% te će i dalje nastaviti rasti<sup>2</sup>. Europska unija je

---

<sup>1</sup> Informacijsko društvo. Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje. Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2021., <https://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=27411> (30.7.2022.)

<sup>2</sup> European Audiovisual Observatory. Online video sharing: Offerings, audiences, economic aspects. 11.6.2018., [https://search.coe.int/observatory/Pages/result\\_details.aspx?ObjectId=09000016808b2e16](https://search.coe.int/observatory/Pages/result_details.aspx?ObjectId=09000016808b2e16) (30.7.2022.), str. 40.

istaknula da ta konvergencija medija, gdje korisnički izrađeni sadržaj dobiva sve više na važnosti, zahtjeva ažuriran pravni okvir kako bi se odrazila kretanja na tržištu i postigla ravnoteža između pristupa online uslugama, zaštite potrošača te konkurentnosti kompanija<sup>3</sup>. Platformama za razmjenu videozapisa se pruža audiovizualni sadržaj koji mogu kreirati i sami korisnici što može imati učinak na olakšavanje mogućnosti korisnika da oblikuju i utječu na mišljenja drugih korisnika i na kraju psihološki negativan utjecaj na korisnika koji je tome izložen.

Mjere samoregulacije pojedinih pružatelja takvih usluga mogu dodatno pridonijeti sigurnosti korisnika, ali isto tako mogu se i zlouporabiti ako odredbe takvih samoregulacija nisu detaljno i adekvatno sročene. Mjere poput filtriranja sadržaja i uputa za kreatora sadržaja isto tako mogu pridonijeti boljoj zaštiti korisnika i to posebno mladih koji su takvim sadržajima izloženi u većoj mjeri od starijih generacija.

U ovom diplomskom radu prvo će se obrađivati povijest samih platformi za razmjenu videozapisa te izmjene koje su se dogodile u kontekstu regulacije platformi uvrštavanjem tih platformi u Direktivu o audiovizualnim medijskim uslugama. Nakon toga će se u diplomskom radu prikazati problematika oko kriterija osnovne funkcionalnosti usluge koji može biti preširoko tumačen, problematika u vezi regulacije vlogera odnosno kreatora videozapisa koji ih potom učitavaju na platforme te problematika vezana uz primjenu principa zemlje podrijetla na platforme što je neadekvatno rješenje za same platforme jer se ne prilagođavaju pojedinim kulturološkim prilikama pojedinih naroda unutar Europske unije. Na kraju će se u diplomskom radu obrađivati prednosti i mane instituta samoregulacije i koregulacije te će se dati odgovor na pitanje koji bi institut bio adekvatniji u kontekstu bolje regulacije platformi, a uz to će se obraditi i kako funkcionira trenutni institut samoregulacije velikih platformi odnosno Youtube i TikTok te problemi koji se pojavljuju u takvom konceptu regulacije.

## **2. Povijest platformi za razmjenu videozapisa**

Koncept platformi za razmjenu videozapisa prvi puta pojavio se krajem 90-ih godina prošlog stoljeća, ali zbog loše kvalitete i dostupnosti internetske veze taj koncept nije u potpunosti zaživio iako se pokazalo da ljudi sve više dijele sadržaje preko interneta.

---

<sup>3</sup> Direktiva (EU) 2018/1808 Europskog Parlamenta i Vijeća od 14. studenoga 2018. o izmjeni Direktive 2010/13/EU o koordinaciji određenih odredaba utvrđenih zakonima i drugim propisima u državama članicama o pružanju audiovizualnih medijskih usluga (Direktiva o audiovizualnim medijskim uslugama) u pogledu promjenjivog stanja na tržištu (SL L 303/69, 28.11.2018., str. 1, SL, posebno izdanje na hrvatskom jeziku, str. 69.-92.)

Prvom platformom za razmjenu videozapisa smatra se platforma *shareyourworld* koja se pojavila 1997. osnovana od strane Chase Norlina, ali nije uspjela zbog trenutačne inferiorne mrežne tehnologije<sup>4</sup>. Pojavom *peer-to-peer* tehnologije olakšano je slanje i preuzimanje podataka posebno audiovizualnih sadržaja koji za razliku od glazbe i digitalnih knjiga imaju znatno veću veličinu te ih to čini sporijima i težima za slanje preko mreže. Najveća promjena za dijeljenje audiovizualnog sadržaja dogodila se početkom 2000-ih godina napretkom mrežne infrastrukture koja je omogućila veće brzine slanja i primanja sadržaja.

Zadnja velika promjena na području audiovizualnog sadržaja dogodila se pojavom i napretkom mobilnog interneta koji je omogućio konzumaciju takvih sadržaja u jednostavnom obliku bilo gdje se nalazili. Na tom tržištu najbolje je uspio *Youtube* koji se pojavio 2005. godine te je u početku bio zamišljen kao digitalno mjesto gdje će korisnici moći dijeliti audiovizualne sadržaje bez ograničenja. Ta platforma razvila se u najpopularniju takvu platformu te se dnevno na njoj pogleda milijardu minuta audiovizualnog sadržaja i uz to je najbolje iskoristila tehnologiju strojnog učenja za indeksiranje i sastavljanje prijedloga za korisnike. Glavni izvor prihoda koji ta platforma i ostale slične ostvaruju dolazi od oglasa koji se prikazuju tijekom ili uz konzumiranje audiovizualnog sadržaja. S obzirom na to da je tržište takvih usluga svjetsko tržište, kao takvo omogućava veoma širok doseg do krajnjeg potrošača kojemu se mogu servirati oglasi u skladu sa audiovizualnim sadržajem koji gleda te tako psihološki utjecati na potrošača da kupi proizvod od baš tog proizvođača.

S obzirom da su takve platforme u početku bile zamišljene kako bi korisnici objavljivali sadržaj bez ograničenja, nužno su se vrlo brzo počeli uočavati problemi takvog pristupa posebno porastom govora mržnje i pornografskog sadržaja koji je postalo sve teže regulirati i sankcionirati. Količina audiovizualnog sadržaja koji se objavljuje na takvim platformama onemogućava adekvatnu moderaciju nepoželjnog ili ilegalnog sadržaja, ali kompanije koje vode takve platforme se trude sustavima filtriranja moderirati sadržaj koji se objavljuje. Regulacija sadržaja na takvim platformama je djelomično prepuštena samim kompanijama koji vode takve platforme putem instituta samoregulacije. Taj pristup regulaciji sadržaja se pokazao kao nedostatan u kontekstu platformi te se nedostaci tog sustava obrađuju u desetom poglavlju.

---

<sup>4</sup> Shoukat, Bareerah. The First Video Sharing Platform – From Where it All Started. 15.2.2022., <https://blog.vidizmo.com/the-first-video-sharing-platform> (30.7.2022.)



### **3. Revizija regulacije platformi za razmjenu videozapisa u Europskoj uniji**

Platforme za razmjenu videozapisa prije 2018. godine nisu bile regulirane postojećom Direktivom o audiovizualnim medijskim uslugama<sup>5</sup> (dalje u tekstu: AVMSD) koja je do tada obuhvaćala samo emitiranje televizijskih programa i platforme za uslugu videa na zahtjev. Prije su platforme za razmjenu videozapisa bile regulirane Direktivom o elektroničkoj trgovini<sup>6</sup>, ali je njihova regulacija od 2018., revizijom AVMSD, uvrštena u područje audiovizualno medijskih usluga. Europska unija je time odabrala sustavan pristup reguliranju audiovizualnog medijskog sadržaja što je novi pristup reguliranju takvog sadržaja koji bi trebao omogućiti bolju zaštitu prava i interesa korisnika, ali i riješiti problem transparentnosti u moderiranju sadržaja.

#### **a) Što je platforma za razmjenu videozapisa**

Pristup regulaciji platformi za razmjenu videozapisa se bitno razlikuje od ostalih oblika audiovizualno medijskih usluga unutar AVMSD s obzirom da u načelu postoji urednička odgovornost za sadržaj koji se emitira na televizijskim programima ili na platformama usluga videa na zahtjev poput Netflix-a.

Nova revizija direktive ne prepoznaje takvu odgovornost i u području platformi za razmjenu videozapisa iz razloga što je sav sadržaj na takvim platformama u načelu kreiran od samih korisnika, ali i takve platforme se moraju pridržavati određenih pravila koja su usmjerena na zaštitu maloljetnika i transparentnost usluge. Prema novoj direktivi u čl. 1. st. 1. t. aa. platforma za razmjenu videozapisa se definira kao: „usluga gdje je glavna svrha usluge ili njezina odvojiva dijela ili osnovne funkcionalnosti usluge posvećena tome da se široj javnosti pruže programi, videozapisi koje su generirali korisnici ili oboje, za koje pružatelj platforme za razmjenu videozapisa ne snosi uredničku odgovornost, u svrhu izvješćivanja, zabave ili obrazovanja s pomoću elektroničke komunikacijske mreže i čiju organizaciju utvrđuje pružatelj platforme za razmjenu videozapisa, među ostalim automatskim sredstvima ili algoritmima, posebno prikazivanjem, označivanjem i određivanjem slijeda“<sup>7</sup>.

Iz teksta se može vidjeti da se spominje i odvojivi dio usluge koji se može tretirati kao platforma za razmjenu videozapisa te to znači da postoji mogućnost i da neke društvene mreže potpadaju

---

<sup>5</sup> Direktiva 2010/13/EU Europskog Parlamenta i Vijeća od 10. ožujka 2010. o koordinaciji određenih odredaba utvrđenih zakonima i drugim propisima u državama članicama o pružanju audiovizualnih medijskih usluga (Direktiva o audiovizualnim medijskim uslugama) (SL L 95/1, 15.4.2010., SL, posebno izdanje na hrvatskom jeziku, poglavlje 6., svezak 7., str. 160-183)

<sup>6</sup> Direktiva 2000/31/EZ Europskog Parlamenta i Vijeća od 8. lipnja 2000. o određenim pravnim aspektima usluga informacijskog društva na unutarnjem tržištu, posebno elektroničke trgovine (Direktiva o elektroničkoj trgovini) (SL L 178/1, 8.6.2000., SL, posebno izdanje na hrvatskom jeziku, poglavlje 13., svezak 39., str. 58-73)

<sup>7</sup> Direktiva (EU) 2018/1808 o audiovizualnim medijskim uslugama. Op. cit., str. 10.

pod odredbe direktive ako se takve odredbe shvate široko u praksi. Odredba je tako sročena zato što se htjelo doskočiti mogućnosti da društvene mreže zaobiđu primjenu pravila direktive s obzirom da je sve više društvenih mreža počelo uvoditi mogućnost dijeljenja videozapisa poput *Facebook Watch-a* ili *Instagram Reels-a*. Ta odredba će dobivati sve više na važnosti sa pojavom novih vrsta društvenih mreža koje su ujedno i platforme za razmjenu videozapisa poput *Tik-tok-a* jer su takve društvene mreže izrazito privlačne mladima koji su navikli audiovizualni medijski sadržaj konzumirati najčešće preko mobitela ili tableta.

#### **4. Osnovni principi regulacije platformi za razmjenu videozapisa**

Europska unija prepoznala je rastući trend kreiranja korisničkih videozapisa i dijeljenja istih putem platformi za razmjenu videozapisa te je revizijom AVMSD označila novi pristup reguliranju takvih platformi. Taj novi pristup bazira se na četiri različita principa, a to su: sustavan pristup, transparentnost, režim minimalnog usklađivanja zakonodavstava i aktivni korisnik kao regulatorni faktor<sup>8</sup>.

##### **a) Sustavni pristup**

Prijašnja Direktiva o elektroničkoj trgovini koja je regulirala platforme za razmjenu videozapisa u čl. 12. st. 1. koji navodi „Kad se pružena usluga informacijskog društva sastoji od prijenosa komunikacijskom mrežom informacija dobivenih od primatelja usluge ili kad se ta usluga sastoji od omogućavanja pristupa komunikacijskoj mreži, države članice moraju osigurati da davatelj usluge nije odgovoran za informacije koje se prenose, pod uvjetom da davatelj usluge ne inicira prijenos, ne izabire primatelja prijenosa te ne izabire i ne mijenja informacije sadržane u prijenosu“<sup>9</sup>, tretirala ih je kao čiste komunikacijske posrednike te da kao takvi, posrednici ne posjeduju nikakve značajne uredničke ovlasti što znači da takve platforme ne snose uredničku odgovornost za sadržaj koji se pojavljuje na platformama.

Porast broja platformi za razmjenu videozapisa i korisnika koji ih koriste pokazale su da takve platforme imaju sve veći utjecaj na društvo pogotovo mlade jer postoji urednički utjecaj kompanija koji vode takve platforme na sadržaj korisnika kroz organizacijski filter platforme koji kao algoritam određuje kakav će sadržaj pronaći publiku, a kakav neće<sup>10</sup>. Sve veći porast

---

<sup>8</sup> Kuklis, Lubos. Video-Sharing Platforms In AVMSD – A New Kind Of Content Regulation. 26.11.2019., [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=3527512](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3527512) (30.7.2022.), str. 5.

<sup>9</sup> Direktiva 2000/31/EZ o elektroničkoj trgovini. Op. cit., str. 12.

<sup>10</sup> Drunen van, Max. The post-editorial control era: how EU media law matches platforms' organisational control with cooperative responsibility. 24.7.2020., <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/17577632.2020.1796067> (30.7.2022.), str. 8.

govora mržnje, terorističkih i ilegalnih sadržaja, zahtijevao je novi pristup njihovom reguliranju.

Kada se te platforme usporede sa klasičnim audiovizualnim medijskim uslugama poput televizije vidi se jasna razlika, a to je da je za razliku od televizije, sadržaj na platformama za razmjenu videozapisa kreiran od samih korisnika. Regulacija odnosno revizija AVMSD zadržava stari pristup regulaciji takvih platformi odnosno definira da ne postoji urednička odgovornost prepoznajući razliku između klasičnih starih medija i novih medija čime je problem regulacije sadržaja na platformama za razmjenu videozapisa i dalje ostao.

Zbog toga je uveden novi princip sustavne regulacije sadržaja na takvim platformama, što znači da je regulacija usmjerena prvenstveno na organizaciju sadržaja. Takav pristup trebao bi potaknuti bolju moderaciju sadržaja i staviti veći naglasak na samoregulaciju koju provode davatelji usluge. Bitna razlika platformi za razmjenu videozapisa u odnosu na usluge na zahtjev i linearne audiovizualne medijske usluge poput televizije je da davatelji usluge nisu objektivno odgovorni za svaki pojedini video sadržaj koji se emitira, nego su odgovorni samo za organizaciju sadržaja koji se emitira kao što to navodi recital 48. AVMSD: „S obzirom na prirodu odnosa pružatelja prema sadržaju koji se pruža u okviru usluga platformi za razmjenu videozapisa, odgovarajuće mjere radi zaštite maloljetnika i šire javnosti trebale bi se odnositi na organizaciju sadržaja, a ne na sadržaj kao takav<sup>11</sup>.

## **b) Transparentnost**

Transparentnost je uvijek isticana kao ključni problem platformi za razmjenu videozapisa jer za pravilnu regulaciju takvih platformi potrebno je poznavanje kako one zapravo funkcioniraju. Novi pristup u AVMSD očituje se ovdje na dva polja, a to su povećanje transparentnosti u procesu donošenja odluka od strane platformi te veći naglasak na samoregulaciju i koregulaciju takvih platformi. Povećanje transparentnosti u procesu donošenja odluka od strane vlasnika platformi je nužno iz razloga što je sadržaj kreiran od korisnika te do nedavno nisu ni postojala pravila o tome. Odredba čl. 28b st. 3. t. i. AVMSD pokušala je pronaći rješenje u vezi povećanja transparentnosti kod donošenja odluka u vezi s pritužbama korisnika te navodi: „uspostavu i primjenu transparentnih i učinkovitih procedura jednostavnih za uporabu za bavljenje pritužbama korisnika pružatelju usluga platformi za razmjenu videozapisa u odnosu na provedbu mjera iz točaka od (d) do (h) te za njihovo rješavanje“<sup>12</sup>.

---

<sup>11</sup> Direktiva (EU) 2018/1808 o audiovizualnim medijskim uslugama. Op. cit., str. 8.

<sup>12</sup> Ibidem, str. 21.

Da bi korisnik imao jednostavnu proceduru za pritužbu na odluku pružatelja usluge nužno je da krajnji korisnik razumije kakve su mu procedure na raspolaganju te da razumije sadržaj odluke koju je pružatelj usluge donio. Odredba koja je navedena omogućava korisniku bolju zaštitu njegovih interesa tijekom postupka pritužbe što je posebno potrebno kod korisnika koji aktivno i često („*streamer*“) učitavaju videozapise na platforme za razmjenu videozapisa.

Sve velike platforme za razmjenu videozapisa imaju neki oblik moderacije sadržaja koji štiti krajnjeg korisnika od različitih neprimjerenih ponašanja i videozapisa. Ta moderacija sadržaja se kroz vrijeme razvila u prilično detaljan set pravila kakve nemaju čak ni regulatorna tijela država članica jer takve platforme zapravo posluju u cijelom svijetu gdje postoje različita zakonodavstva i različit odnos stanovništva prema onome što je prihvatljivo. Iz tog razloga ta pravila se moraju često mijenjati i prilagođavati trenutačnoj društvenoj klimi i razmišljanjima u društvu. Ta moderacija sadržaja se djelomično odvija i od strane korisnika kroz mehanizam prijavljivanja nepoželjnog sadržaja. Odredbe čl. 28.b st. 3 t. d. i e. propisuju transparentnost u kontekstu tih mehanizama moderacije te navode: „(d) uspostavu i primjenu transparentnih mehanizama prilagođenih korisnicima kojima korisnici platforme za razmjenu videozapisa mogu prijaviti ili naznačiti dotičnom pružatelju usluge platforme za razmjenu videozapisa sadržaj iz stavka 1. pružen na njegovoj platformi; (e) uspostavu i primjenu sustava s pomoću kojih pružatelji usluga platformi za razmjenu videozapisa objašnjavaju korisnicima platformi za razmjenu videozapisa koji je učinak prijavljivanja i označivanja iz točke (d)“<sup>13</sup>. Korisnik tijekom registracije na platformi dobiva uvjete članstva gdje su izložena sva pravila ponašanja na platformi, ali postoji problem u tome što ta pravila trebaju biti razumljiva korisniku, a opet u isto vrijeme i dovoljno detaljna kako ne bi bila preopćenita. To na kraju ima za posljedicu da većina detalja o tome kako se donose odluke bude izostavljena iz tih uvjeta članstava koja se uručuju korisniku pri registraciji.

U zadnjih nekoliko godina platforme za razmjenu videozapisa su pokušale povećati transparentnost kroz izvještaje statistike za moderaciju sadržaja poput spuštanja videozapisa sa platforme ili privremenog onemogućavanja pristupa korisničkom računu, ali te statistike nisu nezavisno provjerene pa i dalje ostaje taj nedostatak transparentnosti<sup>14</sup>. Štoviše, bitno je napomenuti kako i dalje nema nikakve transparentnosti oko procesa donošenja odluka u vezi moderacije sadržaja na platformama. TikTok kao platforma od 2019. godine redovito objavljuje

---

<sup>13</sup> Ibidem

<sup>14</sup> Kuklis, Lubos. Media regulation at a distance: video-sharing platforms in AVMS Directive and the future of content regulation. 15.2.2020., <https://www.medialaws.eu/rivista/media-regulation-at-a-distance-video-sharing-platforms-in-audiovisual-media-services-directive-and-the-future-of-content-regulation/> (30.7.2022.), str. 8.

izvješća o provedbi Smjernica zajednice te prema posljednjem izvješću koje se odnosi na period od siječnja do ožujka 2022. godine navodi da količina spuštenih videozapisa čini 1% od svih videozapisa koji su učitani na platformu te da su od 102 milijuna videozapisa koliko ih je spušteno u tom razdoblju, čak 34 milijuna spušteni automatizmom odnosno automatskim sustavima za otkrivanje kršenja Smjernica zajednice<sup>15</sup>.

Principi koregulacije i samoregulacije su izrazito zastupljeni u zadnjoj reviziji AVMSD u kontekstu transparentnosti. Samoregulacija u kontekstu audiovizualnih medijskih usluga se opisuje u recitalu 14. AVMSD: „Samoregulacija predstavlja vrstu dobrovoljne inicijative koja omogućuje gospodarskim operatorima, socijalnim partnerima, nevladinim organizacijama i udrugama da donesu zajedničke smjernice, među sobom i za sebe. Odgovorni su za razvoj, praćenje i izvršavanje tih smjernica, kao i usklađenost s njima“<sup>16</sup>. Taj koncept se ponešto razlikuje kod platformi za razmjenu videozapisa iz razloga što iako se navodi da gospodarski partneri donose zajedničke smjernice među sobom i za sebe, takve smjernice u kontekstu platformi za razmjenu videozapisa donose sami pružatelji usluga svaki za sebe te ne postoji nekakva inicijativa unutar te industrije koja bi se mogla smatrati samoregulacijom u kontekstu platformi za razmjenu videozapisa.

Drugi oblik odnosno koregulacija se također opisuje u recitalu 14. AVMSD koji navodi: „U koregulaciji regulatornu ulogu dijele dionici i vlada ili nacionalne regulatorne vlasti ili tijela. Uloga mjerodavnih javnih tijela uključuje priznavanje sustava koregulacije, reviziju njegovih postupaka i financiranje sustava. Koregulacijom bi se trebala dopustiti mogućnost državne intervencije u slučaju kada njezini ciljevi nisu postignuti“<sup>17</sup>. Taj oblik je puno pogodniji za reguliranje platformi za razmjenu videozapisa iz razloga što bi javna tijela odobravale kodekse ponašanja koje bi donijeli pružatelji usluga te bi se tako i dalje održala kontrola takvih kodeksa i pravila od strane državne vlasti, a u cilju zaštite krajnjeg korisnika.

Direktiva AVMSD u čl. 4a. st. 1. navodi: „Države Članice potiču uporabu koregulacije i promicanje samoregulacije putem kodeksa ponašanja donesenih na nacionalnoj razini u područjima koja se usklađuju ovom Direktivom u mjeri u kojoj je to dopušteno njihovim pravosudnim sustavima“<sup>18</sup>.

---

<sup>15</sup> Community Guidelines Enforcement Report. 30.6.2022., <https://www.tiktok.com/transparency/en-us/community-guidelines-enforcement-2022-1/> (30.7.2022.)

<sup>16</sup> Direktiva (EU) 2018/1808 o audiovizualnim medijskim uslugama. Op. cit., str. 3.

<sup>17</sup> Ibidem

<sup>18</sup> Ibidem, str. 14.

Za transparentnost je relevantna točka c. istog članka koji navodi: „njima se predviđa redovito, transparentno i neovisno praćenje i evaluacija postizanja zacrtanih ciljeva“<sup>19</sup>. Transparentnost platformi za razmjenu videozapisa ostvaruje se i u kontekstu regulacije svih audiovizualnih medijskih usluga. Recital 15. AVMSD navodi: „Transparentnost vlasništva medija izravno je povezana sa slobodom izražavanja kao temeljem demokratskih sustava. Informacijama koje se odnose na vlasničku strukturu pružatelja medijskih usluga, pri čemu je posljedica takva vlasništva nadzor ili izvršavanje znatnog utjecaja nad sadržajem pruženih usluga, korisnicima se omogućuje oblikovanje utemeljenog mišljenja o takvom sadržaju. Države članice trebale bi moći utvrditi bi li i do koje bi mjere informacije o vlasničkoj strukturi pružatelja medijske usluge trebale biti dostupne korisnicima, pod uvjetom da se poštuje bit dotičnih temeljnih prava i sloboda te da su takve mjere nužne i razmjerne“<sup>20</sup>.

Zadnji potencijalni problem u kontekstu transparentnosti je provjera podataka odnosno provjera vjerodostojnosti sadržaja, posebno sa porastom lažnih vijesti što je postao sve veći problem tijekom zadnjih nekoliko godina te to potvrđuje i relevantna statistika koja navodi da je 86% globalnog stanovništva bilo izloženo lažnim vijestima<sup>21</sup>. Lažne vijesti su prema jednoj studiji imale i izrazito veliki utjecaj na nacionalne izbore u Sjedinjenim Američkim Državama 2016. godine kada je Donald Trump pobijedio Hillary Clinton tako što su se biračima plasirale lažne vijesti u vezi Hillary Clinton<sup>22</sup>. Iz svih tih razloga nužno je uspostaviti mehanizam utvrđivanja vjerodostojnosti sadržaja što je trenutačno prepušteno pružateljima usluge platformi za razmjenu videozapisa što bi u budućnosti moglo biti loše rješenje. Utvrđivanje vjerodostojnosti sadržaja je izrazito težak proces koji zahtijeva određenu ekspertizu te bi u budućnosti trebalo ustrojiti jedinstvenu europsku instituciju koja se oslanja na stručnost revizije u privatnom i javnom sektoru kako bi provjerila tvrdnje pružatelja platformi za razmjenu videozapisa i društvenih medija<sup>23</sup>.

---

<sup>19</sup> Ibidem

<sup>20</sup> Ibidem, str. 3.

<sup>21</sup> Fake News: A Global Epidemic Vast Majority (86%) of Online Global Citizens Have Been Exposed to it. 11.6.2019., <https://www.ipsos.com/en-us/news-polls/cigi-fake-news-global-epidemic> (30.7.2022.)

<sup>22</sup> Gunther, Richard; Beck A., Paul; Nisbet C., Erik. Fake News Did Have a Significant Impact on the Vote in the 2016 Election. <https://cpb-us-west-2-juc1ugur1qwqqo4.stackpathdns.com/u.osu.edu/dist/d/12059/files/2015/03/Fake-News-Piece-for-The-Conversation-with-methodological-appendix-11d0ni9.pdf> (30.7.2022.)

<sup>23</sup> Kuklis, Lubos; Wagner, Ben. Disinformation, data verification and social media. 7.1.2020., <https://blogs.lse.ac.uk/medialse/2020/01/07/disinformation-data-verification-and-social-media/> (30.7.2022.)

### **c) Režim minimalnog usklađivanja zakonodavstava**

Prijašnja regulacija audiovizualnog medijskog sadržaja je isto uključivala režim minimalnog usklađivanja zakonodavstava odnosno to je režim u kojem se u direktivi propisuje minimum regulacije koje države članice trebaju uklopiti u svoje nacionalno pravo, ali države su slobodne da uvedu nova ili stroža pravila dok god se poštuje taj minimum regulacije.

Pri reviziji AVMSD inicijalni stav Europske komisije je bio da se zalaže za režim maksimalne regulacije kako bi se ostvario jasan i konzistentan pristup platformama za razmjenu videozapisa, ali države članice su to odbile. Tako je i dalje ostao režim minimalnog usklađivanja zakonodavstva od prije u kojem države i dalje mogu uvesti i dodatna ili stroža pravila od onih predviđenih AVMSD. Velike platforme za razmjenu videozapisa se često znaju prilagođavati različitim pravnim porecima ovisno o tome imaju li u toj državi veliku bazu korisnika. Kombinacija tih faktora mogla bi utjecati na to da u budućnosti postoje neujednačena pravila različitih pravnih poredaka država članica što bi se moglo negativno odraziti na krajnjeg korisnika u ostvarivanju svojih prava koja ima u matičnom pravnom poretku, a potencijalno nema u drugom stranom pravnom poretku.

### **d) Aktivni korisnik kao regulatorni faktor**

Prijašnji zakonodavni okvir audiovizualnih medijskih usluga je zapravo bio balansiran između različitih prava koja su zagarantirana Ustavima država članica. S jedne strane bili su interesi medija odnosno zaštita prava izražavanja te medijske slobode i pravo javnosti na informiranost, dok su s druge strane bili interesi državne vlasti odnosno zaštita javnog interesa te prava na privatnost i prava na ljudsko dostojanstvo. Samim time predstavnici medija su jedini imali uredničku odgovornost za sadržaj koji su objavljivali<sup>24</sup>.

Pojavom novih vrsta audiovizualnih medijskih usluga ta razlika u interesima se promijenila jer je sad aktivni korisnik postao kreator i izdavač sadržaja što bitno mijenja situaciju. Odnos koji je prije bio sastavljen od dvaju različitih interesa sada je postao trokut različitih interesa između državnih interesa, interesa pružatelja usluge platformi za razmjenu videozapisa te interesa aktivnih korisnika. U toj situaciji potrebno je proširiti okvir prava koje korisnik ima prema pružateljima usluga za razmjenu videozapisa jer je do sada taj okvir bio izrazito sužen na pravo izražavanja te ostala informacijska prava. U Europskoj uniji već su se počeli pojavljivati slučajevi gdje su sudovi država članici naredili ukidanje određenog sadržaja ili ponovno vraćanje ukinutog sadržaja poput slučaja gdje je Nizozemski sud presudio u korist kompanije

---

<sup>24</sup> Kuklis, Lubos. Video-Sharing Platforms In AVMSD – A New Kind Of Content Regulation. Op. cit., str. 11 – 12.

Youtube i podržao odluku kompanije da ukine određeni video sadržaj koji je širio dezinformacije u vezi COVID-19 bolesti<sup>25</sup>, ali tu ne postoji ujednačena sudska praksa.

Novi pristup AVMSD prepoznao je koncept aktivnog korisnika te navodi u čl. 28b. st. 3: „Za potrebe stavaka 1. i 2. odgovarajuće mjere utvrđuju se s obzirom na prirodu sadržaja o kojem je riječ, štetu koju može prouzročiti, obilježja kategorije osoba koje treba zaštititi kao i prava i legitimne interese o kojima se radi, uključujući one pružatelja usluga platformi za razmjenu videozapisa i korisnika koji su izradili ili učitali sadržaj, kao i interes šire javnosti“<sup>26</sup>.

Regulacija audiovizualnih medijskih usluga prije nije uzimala individualne interese korisnika usluga za razliku od drugih pravnih područja poput zaštite potrošača nego se usmjerila na regulaciju u širem javnom odnosno društvenom interesu<sup>27</sup>. Situacija se promijenila sa revizijom AVMSD koji sada uključuje i individualne interese korisnika u kontekst regulacije medija. Ta promjena omogućava zakonodavcima država članica da donesu stroža pravila za zaštitu interesa korisnika, a korisnicima omogućava da bolje zaštite svoja prava. Uvelike će ta promjena utjecati i na sudske prakse država članica u medijskim parnicama gdje su suprotstavljeni oprečni legitimni interesi pa se koristi test proporcionalnosti kako bi se odlučilo koje pravo odnosno interes ima prednost. U buduću će sudovi morati uzimati i interese aktivnog korisnika pri odlučivanju u testu proporcionalnosti te će takav test proporcionalnosti trostrukih interesa utjecati na sudske prakse sudova država članica, ali i na sudske prakse Europskog suda za ljudska prava<sup>28</sup>. Zaštita aktivnog korisnika se ostvaruje i izvansudskim rješavanjem sporova između korisnika i pružatelja usluge što naglašava i AVMSD u čl. 28.b st. 7. koji navodi: „Države članice osiguravaju da su mehanizmi za izvansudsko rješavanje sporova dostupni za rješavanje sporova između korisnika i pružatelja usluga platformi za razmjenu videozapisa povezanih s primjenom stavaka 1. i 3. Takvim se mehanizmima omogućuje nepristrano rješavanje sporova, a korisniku se ne uskraćuje pravna zaštita predviđena nacionalnim pravom“<sup>29</sup>.

---

<sup>25</sup> Seel, Michelle. Court rules Youtube not required to reinstate video containing alleged COVID-19 disinformation. 1.10.2020., <https://merlin.obs.coe.int/article/9018> (30.7.2022.)

<sup>26</sup> Direktiva (EU) 2018/1808 o audiovizualnim medijskim uslugama. Op. cit., str. 21.

<sup>27</sup> Kuklis, Lubos. Video-Sharing Platforms In AVMSD – A New Kind Of Content Regulation. Op. cit., str. 13.

<sup>28</sup> Ibidem, str. 19.

<sup>29</sup> Direktiva (EU) 2018/1808 o audiovizualnim medijskim uslugama. Op. cit., str. 21



## **5. Područja regulacije platformi za razmjenu videozapisa**

Revizija AVMSD iz 2018. godine bavi se sa četiri različita područja regulacije odnosno sa zaštitom maloljetnika, suzbijanjem govora mržnje, kaznenim djelima i sa pravilima u vezi komercijalne komunikacije. U tim područjima je načelno zauzet blaži stav u odnosu na druge audiovizualne medijske usluge što slijedi tradiciju od promjene AVMSD iz 2007. godine u kojoj je također zauzet blaži stav u tim područjima prema uslugama videa na zahtjev u odnosu na tradicionalni medijsku uslugu televizije.

### **I) Govor mržnje**

Govor mržnje kao takav i dalje nema konačnu definiciju kojom bi ga se odredilo, ali je to područje nužno regulirati jer zadnjih nekoliko godina, svjedočimo sve većem porastu govora mržnje. Već dugo je regulacija govora mržnje postojala u odnosu na tradicionalne medije, ali zadnjom promjenom AVMSD ta regulacija je proširena i na platforme za razmjenu videozapisa. Govor mržnje AVMSD spominje u čl. 28.b st. 1. t. b. te navodi: „**1.** Ne dovodeći u pitanje članke od 12. do 15. Direktive 2000/31/EZ, države članice osiguravaju da pružatelji usluga platformi za razmjenu videozapisa koji su u njihovoj nadležnosti poduzmu odgovarajuće mjere u pogledu zaštite: **b)** šire javnosti od programa, videozapisa koje su generirali korisnici i audiovizualnih komercijalnih komunikacija koje sadrže poticanje na nasilje ili mržnju protiv skupine osoba ili člana neke skupine na temelju bilo kojeg od razloga iz članka 21. Povelje“<sup>30</sup>. Problem i dalje postoji u implementaciji te mjere zbog manjka transparentnosti o pravilima i procedurama koji pružatelji usluge koriste pri suzbijanju govora mržnje. Taj govor mržnje je direktno povezan i sa slobodom izražavanja posebno iz razloga što se sve više korisnika platformi žalilo kako su te mjere protiv govora mržnje notorno pristrane jer se nepoželjni sadržaj ukida sa platforme bez da se korisniku omogući pošten, pravilan i nepristran žalbeni proces na tu odluku platforme. Iako su pravila o transparentnosti u samoj reviziji AVMSD to pokušala promijeniti, potrebno je i dalje raditi na povećanju transparentnosti od strane platformi kroz institut koregulacije.

### **II) Zaštita maloljetnika**

Zaštita maloljetnika od štetnog sadržaja odnosno nasilnog sadržaja ili pornografije je i u prijašnjim verzijama AVMSD bila u fokusu regulacije, ali se regulacija odnosila samo na linearne audiovizualne medijske usluge, usluge na zahtjev i komercijalne komunikacije te se

---

<sup>30</sup> Ibidem, str. 20.

revizijom AVMSD ta regulacija proširila i na platforme za razmjenu videozapisa. Maloljetne osobe su porastom rasta platformi za razmjenu videozapisa sve više u mogućnosti biti izloženi štetnom sadržaju s obzirom da oni čine većinu populacije koja se koristi takvim uslugama. Zaštitu maloljetnika AVMSD spominje u čl. 6.a st. 1. koji navodi: „Države članice poduzimaju odgovarajuće mjere kako bi osigurale da su audiovizualne medijske usluge koje pružaju pružatelji medijskih usluga u njihovoj nadležnosti, a kojima bi se moglo naštetiti fizičkom, psihičkom ili moralnom razvoju maloljetnika, dostupne samo na način kojim se osigurava da ih maloljetnici u normalnim okolnostima neće čuti ili vidjeti. Takve mjere mogu uključivati odabir vremena emitiranja, alate za provjeru dobi ili druge tehničke mjere. One su razmjerno mogućem štetnom učinku programa. Sadržaj kojim se uzrokuje najveća šteta, poput neopravdanog nasilja i pornografije, podliježe najstrožim mjerama“<sup>31</sup>.

Revizija AVMSD uvela je i novi pristup u reguliranju mjera i procedura koje bi pružatelji audiovizualnih medijskih usluga trebali primjenjivati pri zaštiti maloljetnika. Taj pristup se svodi na to da se ne propisuju detaljno i eksplicitno sve mjere koje bi pružatelji usluga trebali primijeniti nego se fokus stavlja na ciljeve koje je potrebno ostvariti pri zaštiti maloljetnika, a pružateljima usluga je ostavljeno na izbor koje tehničke mjere i procedure će koristiti kako bi se ostvarili zadani ciljevi. U kontekstu platformi za razmjenu videozapisa, zaštitu maloljetnika AVMSD spominje u čl. 28.b st. 1. t. a. koji navodi: „1. Ne dovodeći u pitanje članke od 12. do 15. Direktive 2000/31/EZ, države članice osiguravaju da pružatelji usluga platformi za razmjenu videozapisa koji su u njihovoj nadležnosti poduzmu odgovarajuće mjere u pogledu zaštite: **(a)** maloljetnika od programa, videozapisa koje su generirali korisnici i audiovizualnih komercijalnih komunikacija kojima bi se moglo naštetiti njihovu fizičkom, psihičkom ili moralnom razvoju u skladu s člankom 6.a stavkom 1“<sup>32</sup>.

Dodatna pozornost posvećuje se i obradi osobnih podataka maloljetnika kako se oni ne bi koristili u svrhe komercijalne komunikacije što AVMSD u čl. 28.b st. 3. navodi: „Osobne podatke maloljetnika koje su prikupili ili na drugi način dobili pružatelji usluga platformi za razmjenu videozapisa ne obrađuje se u komercijalne svrhe, kao što su izravni marketing, izrada profila i ciljano bihevioralno oglašavanje“<sup>33</sup>. Ova odredba je zanimljiva i iz aspekta što je ona

---

<sup>31</sup> Ibidem, str. 15.

<sup>32</sup> Ibidem, str. 20.

<sup>33</sup> Ibidem, str. 21.

*lex specialis* u odnosu na Opću uredbu o zaštiti podataka<sup>34</sup> (dalje u tekstu: GDPR) zato što ova odredba ide i izvan okvira koji je postavljen tom uredbom.

### III) Pravila u vezi komercijalne komunikacije

Regulacija komercijalnih komunikacija u audiovizualnim medijskim uslugama je i u prijašnjim iteracijama AVMSD bila u fokusu, ali revizijom AVMSD ta pravila su proširena i na platforme za razmjenu videozapisa kao novi oblik audiovizualnih medijskih usluga. Odredba čl. 9. st. 1. AVMSD bavi se tom temom te navodi: „**1.** Države članice osiguravaju da se audiovizualnim komercijalnim komunikacijama koje pružaju pružatelji medijskih usluga u njihovoj nadležnosti ispunjavaju sljedeći zahtjevi: **(a)** audiovizualne komercijalne komunikacije lako su prepoznatljive kao takve; prikrivena audiovizualna komercijalna komunikacija zabranjena je; **(b)** u audiovizualnim komercijalnim komunikacijama ne upotrebljavaju se tehnike utjecaja na podsvijest; **(c)** audiovizualne komercijalne komunikacije: **i.** ne dovode u pitanje poštovanje ljudskog dostojanstva; **ii.** ne uključuju niti promiču bilo kakav oblik diskriminacije na temelju spola, rasnog ili etničkog podrijetla, nacionalnosti, vjere ili uvjerenja, invaliditeta, dobi ili spolne orijentacije; **iii.** ne potiču ponašanje koje šteti zdravlju ili sigurnosti; **iv.** ne potiču ponašanje kojim se uvelike ugrožava zaštita okoliša“<sup>35</sup>.

U komercijalnim komunikacijama zabranjeno je promoviranje alkohola i alkoholnih proizvoda, duhana i duhanskih proizvoda te lijekova koji su dostupni samo na recept. U AVMSD je prepoznata razlika između platformi za razmjenu videozapisa te ostalih vrsta audiovizualnih medijskih usluga, i to tako što za platforme za razmjenu videozapisa vrijedi različiti režim s obzirom da je sadržaj kreiran od korisnika. U AVMSD uvedene su dvije kategorije komercijalnih komunikacija na platformama za razmjenu videozapisa, jednu koju plasira na tržište i prodaje sama platforma, i jednu kada to ne radi platforma nego korisnik. Odredbe AVMSD koje se odnose na komercijalne komunikacije u vezi platformi za razmjenu videozapisa spominju se u čl. 28.b st. 2. koji navodi: „Države članice osiguravaju da pružatelji usluga platformi za razmjenu videozapisa koji su u njihovoj nadležnosti ispunjavaju zahtjeve iz članka 9. stavka 1. s obzirom na audiovizualne komercijalne komunikacije koje ti pružatelji usluga platformi za razmjenu videozapisa stavljaju na tržište, prodaju i uređuju. Države članice osiguravaju da pružatelji usluga platformi za razmjenu videozapisa koji su u njihovoj

---

<sup>34</sup> Uredba (EU) 2016/679 Europskog Parlamenta i Vijeća od 27. travnja 2016. o zaštiti pojedinaca u vezi s obradom osobnih podataka i o slobodnom kretanju takvih podataka te o stavljanju izvan snage Direktive 95/46/EZ (Opća uredba o zaštiti podataka) (SL L 119, 4.5.2016.)

<sup>35</sup> Direktiva (EU) 2018/1808 o audiovizualnim medijskim uslugama. Op. cit., str. 16.-17.

nadležnosti poduzimaju odgovarajuće mjere za ispunjavanje zahtjeva iz članka 9. stavka 1. s obzirom na audiovizualne komercijalne komunikacije koje ti pružatelji usluga platformi za razmjenu videozapisa ne stavljaju na tržište, prodaju ili uređuju, uzimajući u obzir ograničeni nadzor koji te platforme za razmjenu videozapisa provode nad tim audiovizualnim komercijalnim komunikacijama. Države članice osiguravaju da pružatelji usluga platformi za razmjenu videozapisa jasno obavijeste korisnike kada programi i videozapisi koje su generirali korisnici sadrže audiovizualne komercijalne komunikacije, pod uvjetom da je dana izjava o takvim komunikacijama ili pružatelj ima saznanja o toj činjenici<sup>36</sup>.

#### **IV) Kaznena djela**

Područje kaznenih djela nije trebalo biti uvršteno u AVMSD u početku, ali porastom globalnog terorizma posebno zbog terorističkih napada u Španjolskoj i Francuskoj, to područje uvršteno je u AVMSD<sup>37</sup>. Tijekom sukoba u Siriji pojavio se trend širenja radikalnih islamističkih videozapisa na platformama sa ciljem regrutiranja boraca za rat, što je još više pokazalo potrebu da se ovo područje uvrsti u nacrt direktive<sup>38</sup>. Kasnije je to područje proširilo i na kaznena djela dječje pornografije te kaznenih djela rasizma i ksenofobije<sup>39</sup>.

U kontekstu platformi za razmjenu videozapisa, AVMSD to spominje u čl. 28.b st. 1. t. c. koji navodi: „1. Države članice osiguravaju da pružatelji usluga platformi za razmjenu videozapisa koji su u njihovoj nadležnosti poduzmu odgovarajuće mjere u pogledu zaštite: (c) šire javnosti od programa, videozapisa koje su generirali korisnici i audiovizualnih komercijalnih komunikacija koje imaju sadržaj čije širenje čini aktivnost koja je kazneno djelo na temelju prava Unije, a to su javno poticanje na počinjenje kaznenog djela terorizma kako je određeno u članku 5. Direktive (EU) 2017/541, kaznena djela u vezi s dječjom pornografijom kako su određena u članku 5. stavku 4. Direktive 2011/93/EU Europskog parlamenta i Vijeća i kaznena djela koja se odnose na rasizam i ksenofobiju kako su određena u članku 1. Okvirne odluke 2008/913/PUP<sup>40</sup>. Kao što se vidi iz spomenute odredbe, definicije kaznenih djela su vezane uz druge direktive što je olakšalo regulaciju ovog područja u AVMSD.

---

<sup>36</sup> Ibidem, str. 20.

<sup>37</sup> Kuklis, Lubos. Video-Sharing Platforms In AVMSD – A New Kind Of Content Regulation. Op. cit., str. 16.

<sup>38</sup> How social media is used to encourage travel to Syria and Iraq briefing note for schools.

[https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment\\_data/file/440450/How\\_social\\_media\\_is\\_used\\_to\\_encourage\\_travel\\_to\\_Syria\\_and\\_Iraq.pdf](https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/440450/How_social_media_is_used_to_encourage_travel_to_Syria_and_Iraq.pdf) (30.7.2022.)

<sup>39</sup> Kuklis, Lubos. Video-Sharing Platforms In AVMSD – A New Kind Of Content Regulation. Op. cit., str. 16.

<sup>40</sup> Direktiva (EU) 2018/1808 o audiovizualnim medijskim uslugama. Op. cit., str. 20.

## 6. Regulatorne mjere usmjerene na platforme za razmjenu videozapisa

Područja koju su regulirana AVMSD ostala bi samo mrtvo slovo na papiru da nisu predviđene i određene mjere kako bi se ciljevi koji su postavljeni direktivom i ostvarili. U AVMSD se tako određuju mjere koje platforme za razmjenu videozapisa moraju uvesti kako bi se ostvarili ciljevi postavljeni direktivom. Te mjere AVMSD navodi u čl. 28.b st. 3. koji propisuje: „Te se mjere sastoje, prema potrebi, od sljedećega: **(a)** uključivanja zahtjeva iz stavka 1. u uvjete usluga platformi za razmjenu videozapisa i njihove primjene u tim uvjetima; **(b)** uključivanja zahtjeva iz članka 9. stavka 1. za audiovizualne komercijalne komunikacije koje pružatelji usluga platformi za razmjenu videozapisa ne stavljaju na tržište, ne prodaju niti uređuju, u uvjete usluga platformi za razmjenu videozapisa te njihove primjene u tim uvjetima; **(c)** postojanja funkcionalnosti za korisnike koji učitavaju videozapise koje su generirali korisnici da izjave sadrže li takvi videozapisi audiovizualne komercijalne komunikacije, ako to znaju ili se može razumno očekivati da znaju; **(d)** uspostave i primjene transparentnih mehanizama prilagođenih korisnicima kojima korisnici platforme za razmjenu videozapisa mogu prijaviti ili naznačiti dotičnom pružatelju usluge platforme za razmjenu videozapisa sadržaj iz stavka 1. pružen na njegovoj platformi; **(e)** uspostave i primjene sustava s pomoću kojih pružatelji usluga platformi za razmjenu videozapisa objašnjavaju korisnicima platformi za razmjenu videozapisa koji je učinak prijavljivanja i označivanja iz točke (d); **(f)** uspostave i primjene sustava za provjeru dobi za korisnike usluga platformi za razmjenu videozapisa u odnosu na sadržaj kojim bi se moglo naštetiti psihičkom, fizičkom ili moralnom razvoju maloljetnika; **(g)** uspostave i primjene sustava jednostavnih za uporabu kojima se korisnicima platformi za razmjenu videozapisa omogućuje da ocijene sadržaj iz stavka 1.; **(h)** osiguravanja sustava za roditeljsku kontrolu koji su pod kontrolom krajnjeg korisnika u pogledu sadržaja kojim bi se moglo naštetiti fizičkom, psihičkom ili moralnom razvoju maloljetnika; **(i)** uspostave i primjene transparentnih i učinkovitih procedura jednostavnih za uporabu za bavljenje pritužbama korisnika pružatelju usluga platformi za razmjenu videozapisa u odnosu na provedbu mjera iz točaka od (d) do (h) te za njihovo rješavanje; **(j)** predviđanja učinkovitih mjera i alata za razvoj medijske pismenosti i podizanje svijesti korisnika o tim mjerama i alatima<sup>41</sup>.

Navedeno je i da se odgovarajuće mjere utvrđuju s obzirom na prirodu sadržaja o kojem je riječ, štetu koju potencijalno mogu prouzročiti, kategoriju osoba koje treba zaštititi i s obzirom na prava i legitimne interese koja se žele zaštititi. Uz to navedeno je i da se države članice moraju

---

<sup>41</sup> Ibidem, str. 21.

pobrinuti da se te navedene mjere primjenjuju što se spominje u čl. 28.b st. 3. koji propisuje: „Države članice osiguravaju da svi pružatelji usluga platformi za razmjenu videozapisa koji su u njihovoj nadležnosti primjenjuju takve mjere. Te mjere moraju biti izvedive i proporcionalne te se njima uzimaju u obzir opseg usluga platformi za razmjenu videozapisa i priroda usluge koja se pruža“<sup>42</sup>.

Drugi dio ove odredbe sadrži dvije bitne stavke koje se odnose na mjere. Prvo, te mjere moraju biti izvedive i proporcionalne čime se zapravo htjelo olakšati platformama za razmjenu videozapisa primjenu mjera jer ih se štiti od nemogućih mjera koje bi morali provoditi te se uzimaju u obzir javni interesi, interesi platforma i interesi korisnika jer mjere moraju biti proporcionalne. Drugo, u odredbi se spominje da se uzima u obzir opseg usluga i priroda usluge pri primjeni mjera što znači da države članice mogu uvesti različite modele regulacije sa različitim razinama strogosti ovisno o veličini platforme. To se učinilo kako platforme koje su nove i u razvoju, ne bi bile stavljene u nepovoljniji položaj od velikih platformi u tržišnom natjecanju jer kad bi pravila bila za sve jednaka, velike platforme bi imale povlašteni položaj na tržištu. U AVMSD se ne spominje nekakav kriteriji kako odrediti veličinu platforme tako da je na državama članicama da odluče, ali najčešće se primjenjuje broj aktivnih korisnika kao koristan kriteriji u većini država članica.

Priroda usluge kao kriteriji isto nije definiran u AVMSD što bi moglo biti problematično jer se taj kriteriji može protumačiti na puno različitih načina, ali s obzirom da je taj pojam povezan sa pojmom osnovne funkcionalnosti usluge za koji postoji određena smjernica, moguće je da će se priroda usluge kao pojam bolje razjasniti u budućnosti<sup>43</sup>.

### **I) Odnos mjera iz direktive prema uvjetima pružanja usluge**

Novi pristup blaže regulacije u AVMSD prema platformama očituje se u tome što je platformama samima ostavljeno na dispoziciju kako će te mjere oblikovati i implementirati s obzirom da se mjere iz direktive mogu široko tumačiti<sup>44</sup>.

Svaka platforma za razmjenu videozapisa ima svoje uvjete pružanja usluga koji služe kao regulatorni okvir na takvim platformama. Mjere koje su postavljene u novoj verziji AVMSD će od sada morati biti uklopljene u same uvjete pružanja usluga platformi što same platforme stavlja u položaj regulatora na neki način jer oni određuju tehničke specifikacije i detaljne mjere kako će ostvariti ciljeve zadane direktivom. Na taj način se zapravo stapaju pravila državnog

---

<sup>42</sup> Ibidem

<sup>43</sup> Kuklis, Lubos. Video-Sharing Platforms In AVMSD – A New Kind Of Content Regulation. Op. cit., str. 20.

<sup>44</sup> Ibidem

zakonodavca i pravila samih pružatelja usluge platformi u jedno te oko toga pravni stručnjaci imaju podijeljena mišljenja. Određeni dio stručnjaka poput Lubos Kuklis koji to smatra pozitivnim ističe kako je ovakav pristup bolji jer kad bi se detaljno propisivale mjere ne bi se moglo adekvatno odgovoriti na promjene koje se događaju na platformama te bi kod svake promjene trebalo mijenjati i pravila da se prilagode trenutačnom stanju što stavlja veliki pritisak na zakonodavce<sup>45</sup>. Drugi dio stručnjaka poput Joan Barata koji to smatra negativnim ističe kako će takav pristup znatno otežati državnim regulatorima da prepoznaju koje moderacijske mjere platforme poduzimaju, a koji moraju biti u skladu sa zahtjevima zakonodavnog okvira postavljenog direktivom. Ističu i kako bi to moglo imati za posljedicu da sami korisnici ne razumiju koja pravila i mjere se primjenjuju, ali i da zakonodavci i regulatori teško mogu procijeniti efikasnost mjera koje se poduzimaju na platformama<sup>46</sup>.

Ovakav pristup ima svoje prednosti i mane što se može vidjeti iz navedenog te je zato potrebno poraditi na pravilima o transparentnosti koje bi platforme trebale primjenjivati i na provedbi tih mjera kako bi se one pravilno primjenjivale.

## II) Sustavi označavanja sadržaja („*flagging*“)

Sustavi označavanja sadržaja služe platformama za razmjenu videozapisa kao jednostavni način kako bi se prepoznao potencijalno problematični sadržaj.

Količina sadržaja koji korisnici učitavaju na platforme je enormna te nije za očekivati kako bi platforme same mogle moderirati toliku količinu sadržaja pa je ovakav pristup izrazito koristan platformama jer se oslanja na korisnika.

Velike platforme pokušavaju taj pristup usavršiti tako što kreiraju potpuno automatizirane sustave koji označavaju nepoželjni sadržaj te neke od njih već primjenjuju takve sustave poput „*Youtube*“. Takvi sustavi još nisu dovoljno usavršeni kako bi zamijenili korisnike kao i dalje glavni način borbe protiv nepoželjnog sadržaja. Uvođenjem takvih sustava uočio se još jedan problem, a to je da su se neki korisnici žalili kako su im videozapisi koje su učitali na platforme označeni kao nepoželjni iako ne sadrže nikakve elemente po kojima bi se dalo zaključiti da su zaista nepoželjni. Iz navedenoga se vidi kako ti sustavi i dalje nisu savršeni te će trebati proći još neko vrijeme kako bi postali standardizirani u borbi protiv nepoželjnog i nedopuštenog sadržaja na platformama.

---

<sup>45</sup> Ibidem

<sup>46</sup> Barata, Joan. New EU rules on video-sharing platforms: will they really work?. 21.2.2019., <https://blogs.lse.ac.uk/medialse/2019/02/21/new-eu-rules-on-video-sharing-platforms-will-they-really-work/> (30.7.2022.)

Efikasnost sustava označavanja sadržaja najviše ovisi o njihovom dizajnu koji bi trebao biti lagan za korištenje odnosno kao što se to često kaže *user-friendly*. Poanta je da takvi sustavi budu lagani za korištenje za krajnjeg korisnika jer su uočilo da različiti dizajni izravno utječu na spremnost korisnika da ih i koristi. Tri faktora koji utječu na efikasnost takvih sustava su: broj koraka koje korisnik mora poduzeti kako bi označio nepoželjni sadržaj, koja specifična znanja korisnik mora imati pri označavanju sadržaja te vrijeme koje je potrebno kako bi se označio sadržaj. Sve platforme bi se trebale voditi tim faktorima kako bi izradili efikasne sustave označavanja nedopuštenog sadržaja.

### III) Moderiranje sadržaja uz pomoć umjetne inteligencije

Moderiranje sadržaja se definira kao „organizirana praksa pregleda mrežnog sadržaja na temelju karakteristika web stranice, njegove ciljane publike i jurisdikcije sadržaja koji generiraju korisnici, kako bi se utvrdilo da li je takav sadržaj prikladan<sup>47</sup>. U samim počecima kad su platforme za razmjenu videozapisa nastajale, platforme su imale timovi ljudi koji su imali zadatak pregledavati sadržaj te micati onaj sadržaj koji nije bio u skladu sa smjernicama zajednice. Uz to i korisnici su imali mogućnost označavanja sadržaja koji se protivi smjernicama. Kako se količina sadržaja na platformama eksponencijalno povećavala tako je ovakav sistem moderiranja sadržaja postao zastarjeli te je trebalo pronaći novo rješenje. Razvoj umjetne inteligencije je u zadnjih nekoliko godina značajno napredovao te takvi sustavi postaju sve bolji i sofisticiraniji što je platformama omogućilo da to iskoriste za bolju moderaciju sadržaja. Značaj umjetne inteligencije u kontekstu moderacije sadržaja potvrđuje i objava Youtube da koristi umjetnu inteligenciju za uočavanje ekstremističkog sadržaja i da je više od 83% videozapisa koje je izbrisano označila umjetna inteligencija, od kojih je tri četvrtine izbrisano prije nego što su dobili bilo kakve preglede<sup>48</sup>.

Glavni problem u vezi moderiranja sadržaja uz pomoć umjetne inteligencije je manjak transparentnosti o tome kako takvi sustavi zapravo funkcioniraju. U modrenom društvu informacije su izrazito bitne, a velike platforme mogu imati utjecaj na javni diskurs o određenim temama tako što zabranjuju određenu tematiku. Ta činjenica zajedno sa korištenjem umjetne inteligencije kao moderacijskog mehanizama o kojima javnost ne zna puno, dovodi do toga da su takvi sustavi sve više na udaru kritičara. Drugi problem koji se javlja kod umjetne

---

<sup>47</sup> Nahmias, Yifat, Perel (Filmar), Maayan. The Oversight of Content Moderation by AI: Impact Assessments and Their Limitations. 13.2.2020., [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=3565025](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3565025) (30.7.2022.), str. 29.

<sup>48</sup> Ibidem, str. 30.



inteligencije je da se takvi sustavi konstantno usavršavaju i unapređuju što ih čini teškim za nadzirat. U stranim zakonodavstvima, ali i u EU zakonodavstvu problem transparentnosti takvih sustava su se pokušali riješiti procjenom utjecaja takvih sustava. Procjena utjecaja se u literaturi definira kao „proces identificiranja budućih posljedica trenutne ili predložene akcije“<sup>49</sup>. Dalje literatura navodi „Ključna prednost procjena utjecaja sustava vođenih umjetnom inteligencijom je njihova sposobnost da utječu na unutarnje organizacijsko ponašanje entiteta. Zahtijevajući od subjekta da provede internu inspekciju, procjene utjecaja potiču kodere i dizajnere da provedu dublji oblik analize, pažljivo istražujući vjerojatna područja pogreške i nesigurnosti pristranosti, kao i provedbu potrebnih koraka za njihovo ispravljanje“<sup>50</sup>. U tom kontekstu za EU zakonodavstvo je relevantna odredba čl. 35. st. 1. i st. 3. t. a GDPR koja navodi „1. Ako je vjerojatno da će neka vrsta obrade, osobito putem novih tehnologija i uzimajući u obzir prirodu, opseg, kontekst i svrhe obrade, prouzročiti visok rizik za prava i slobode pojedinaca, voditelj obrade prije obrade provodi procjenu učinka predviđenih postupaka obrade na zaštitu osobnih podataka. Jedna procjena može se odnositi na niz sličnih postupaka obrade koji predstavljaju slične visoke rizike. 3. Procjena učinka na zaštitu podataka iz stavka 1. obvezna je osobito u slučaju: (a) sustavne i opsežne procjene osobnih aspekata u vezi s pojedincima koja se temelji na automatiziranoj obradi, uključujući izradu profila, i na temelju koje se donose odluke koje proizvode pravne učinke koji se odnose na pojedinca ili na sličan način značajno utječu na pojedinca“<sup>51</sup>. Ove odredbe imaju za cilj povećati transparentnost odluka koje se donose uz pomoć umjetne inteligencije.

Iako je procjena učinaka dobra metoda kako bi se povećala transparentnost takvih sustava moderacije, literatura navodi kako takva metoda „pruža samo ograničenu transparentnost, ne osigurava pravilan postupak i ne može osigurati odgovarajući javni nadzor“<sup>52</sup>. Kako bi se ta metoda poboljšala i usavršila, literatura se zalaže za „dvojni mehanizam nadzora nad moderacijom sadržaja koji obavlja umjetna inteligencija“<sup>53</sup>. Takav dvojni mehanizam bi se sastojao od internih provjera i vanjske revizije uklanjanja sadržaja. Da bi interne provjere bile efikasne one se moraju sastojati od periodičnih procjena učinaka koje bi bile rađene prije nego što je umjetna inteligencija uvedena u sistem moderacije sadržaja, ali i nakon što je uvedena kako bi se jasno vidjela evolucija sustava umjetne inteligencije. Nadalje trebala bi postojati

---

<sup>49</sup> Ibidem, str. 15.

<sup>50</sup> Ibidem

<sup>51</sup> Uredba (EU) 2016/679 o zaštiti podataka. Op. cit., str. 30. – 31.

<sup>52</sup> Nahmias, Yifat, Perel (Filmar), Maayan. The Oversight of Content Moderation by AI: Impact Assessments and Their Limitations. Op. cit., str. 42.

<sup>53</sup> Ibidem

obveza javne objave rezultata tih procjena utjecaja od strane platformi kako bi se povećala transparentnost i obveza javnog savjetovanja sa zainteresiranom javnošću i interesnim grupama koji bi davali komentare i povratne informacije za unapređenje takvih sustava. Koristi koje bi obveza javnog savjetovanja donijela spominje i literatura koja navodi da bi to doprinijelo „jačanju legitimiteta procesu donošenja odluka“<sup>54</sup> te „osiguravanju da platforme neće koristiti procese moderacije sadržaja za promicanje interesa određenih interesnih skupina u odnosu na interese javnosti u cjelini“<sup>55</sup>.

Iz svega navedenog se vidi da je moderacija sadržaja uz pomoć umjetne inteligencije budućnost s obzirom na sve veću količinu sadržaja koji se učitava na platforme i nemogućnosti ljudi da jednako efikasno moderiraju sadržaj kao što to može umjetna inteligencija. Iako je to prirodna evolucija sistema moderacije sadržaja, potrebno i dalje raditi na transparentnosti takvih sustava kako bi se spriječila pristranost takvih sustava te kao što i literatura navodi „potrebno ih je podvrgnuti višoj razini vanjske i objektivne provjere“<sup>56</sup>.

## **7. Praktična primjena kriterija osnovne funkcionalnosti usluge**

Kriteriji osnovne funkcionalnosti usluge iz AVMSD služi kako bi se odredilo je li neka usluga audiovizualna medijska usluga te se taj kriteriji navodi u čl. 1. st. 1. t. aa u smislu da je platforma za razmjenu videozapisa „usluga čija je osnovna funkcionalnost posvećena tome da se široj javnosti pruže programi, videozapisi koje su generirali korisnici ili oboje“<sup>57</sup>. S obzirom da se taj kriterij može široko tumačiti, može doći do neujednačene primjene od strane država članica. Kako bi se taj kriterij mogao što bolje tumačiti i jedinstveno primjenjivati, Europska Komisija je donijela smjernice o praktičnoj primjeni tog kriterija što bi državama članicama trebalo olakšati primjenu tog kriterija. Te smjernice nisu obvezujuće niti su u konfliktu sa nijednim tumačenjem Suda Europske unije. Kako bi države članice što bolje mogle primijeniti ovaj kriteriji, nacionalna regulatorna tijela bi trebale kod svake usluge koja bi se potencijalno mogla smatrati platformom za razmjenu videozapisa, trebale napraviti sveobuhvatnu analizu kvalitativnih i kvantitativnih pokazatelja kako bi pravilno mogli odrediti da li je neka usluga platforma ili nije. Smjernica uz te pokazatelje navodi da „pri ocjenjivanju određene usluge posebnu pozornost treba posvetiti tome je li audiovizualni sadržaj ključan za komercijalni

---

<sup>54</sup> Ibidem, str. 45.

<sup>55</sup> Ibidem, str. 46.

<sup>56</sup> Ibidem, str. 54.

<sup>57</sup> Direktiva (EU) 2018/1808 o audiovizualnim medijskim uslugama. Op. cit., str. 10.

uspjeh ili pozicioniranje usluge na tržištu<sup>58</sup>. Osim tih pokazatelja, s obzirom na to da korisnici konzumiraju audiovizualni sadržaj na platformama, trebalo bi se uzeti u obzir i njihovo gledište. Kako bi se nacionalnim tijelima dodatno olakšala primjena kriterija osnovne funkcionalnosti, Europska Komisija je utvrdila određene dodatne pokazatelje te ih podijelila u četiri kategorije koje smjernica navodi kao „1. odnos između audiovizualnog sadržaja i glavne gospodarske aktivnosti (ili više njih) te usluge; 2. kvantitativna i kvalitativna važnost audiovizualnog sadržaja dostupnog na usluzi; 3. monetizacija audiovizualnog sadržaja ili ostvarivanje prihoda od njega i 4. dostupnost alata usmjerenih na povećanje vidljivosti ili privlačnosti audiovizualnog sadržaja“<sup>59</sup>. Ti pokazatelji se ne moraju ostvariti kumulativno kako bi se neka usluga smatrala platformom, nego je samo potrebno da dovoljan broj pokazatelja ukazuje na to da se određena usluga može smatrati platformom za razmjenu videozapisa. Ukoliko se utvrdi da se određena usluga može smatrati platformom, nacionalna tijela bi trebala obavijestiti pružatelja usluga da ih se smatra platformom i sa pravnim posljedicama te odluke. Uz to potiče se i suradnja između nacionalnih tijela različitih država članica kako bi se prikupili relevantni podaci za procjenu i kako bi se osigurala ujednačena primjena kriterija u EU. Kako bi ta suradnja bila što bolje, potiče se da se ona odvija preko Skupine europskih regulatora za audiovizualne medijske usluge odnosno ERGA. Iz svega navedenog, moj zaključak je da su smjernice koje je donijela Europska Komisija dobar način da se ujednači primjena kriterija osnovne funkcionalnosti i da se osigura suradnja između država članica u pogledu primjene tog kriterija diljem Europske unije.

## **8. Regulacija vlogera na platformama za razmjenu videozapisa**

Pojava i brzi rast platformi za razmjenu videozapisa utjecali su i na pojavu korisnika koji učitavaju sadržaj na te platforme te im to služi kao primarni izvor zarade odnosno vlogeri. Određene skupine poput djece i maloljetnika u današnje vrijeme više konzumiraju takav sadržaj nego tradicionalne audiovizualne medijske usluge odnosno televiziju. Ta činjenica zahtjeva da se regulaciji takvih osoba sve više posveti pozornosti.

Isto tako vlogeri dobivaju sve više pozornosti u marketinškom tržištu s obzirom da su velike kompanije uvidjele da će tako lakše doprijeti do određenih društvenih skupina poput djece, što

---

<sup>58</sup> Smjernice 2020/C 223/02 o praktičnoj primjeni kriterija osnovne funkcionalnosti iz definicije „usluge platforme za razmjenu videozapisa” u skladu s Direktivom o audiovizualnim medijskim uslugama (SL C 223/3, 7.7.2020., str. 3., SL, posebno izdanje na hrvatskom jeziku, str. 3.-9.), str. 3.

<sup>59</sup> Ibidem

je doprinijelo tome da su tradicionalni mediji postali sve manje relevantni u tom pogledu jer su se investicije u tom sektoru okrenule više prema platformama za razmjenu videozapisa.

Uvidjela se i profesionalizacija vlogera u marketinškom sektoru koji su sad postali profesionalni akteri sa naprednim poznavanjem komunikacijskih vještina koji se mogu prilagoditi različitim potrebama marketinškog sektora te kojima zarada od tog sektora služi kao primarni izvor zarade.

Skupina europskih regulatora za audiovizualne medijske usluge odnosno ERGA prepoznala je te pojave te je organizirala radionicu o regulaciji vlogera na platformama za razmjenu videozapisa na kraju koje su izradili izvještaj. Na toj radionici koja se održala 2020. godine<sup>60</sup> sudjelovale su države, ali i velike platforme poput Youtube-a i Facebook-a. Prvo pitanje koje se postavilo na radionici je potpadaju li vlogeri pod definiciju pružatelja audiovizualne medijske usluge. Kao dobar pokazatelj da bi se mogli smatrati pružateljem usluge mogla bi poslužiti presuda Europskog suda pravde u slučaju *New Media Online GmbH*<sup>61</sup> u kojem se radilo o prethodnom pitanju može li se „*Tiroler Tageszeitung online*“<sup>62</sup> koja je online novinska usluga, smatrati pružateljem audiovizualnih medijskih usluga s obzirom da internetska stranica tih novina sadrži poveznicu na poddomenu koja je sadržavala katalog od više različitih videozapisa. Sud je donio presudu u kojoj navodi: „Sud odlučuje: **1.** Pojam „program“ u smislu članka 1. stavka 1. točke (b) Direktive 2010/13/EU Europskog parlamenta i Vijeća od 10. ožujka 2010. o koordinaciji određenih odredaba utvrđenih zakonima i drugim propisima u državama članicama o pružanju audiovizualnih medijskih usluga (Direktiva o audiovizualnim medijskim uslugama) treba tumačiti na način da on podrazumijeva pružanje na poddomeni internetske stranice novina videofilmova kratkog trajanja koji odgovaraju kratkim sekvencijama lokalnih vijesti, sporta ili zabave. **2.** Članak 1. stavak 1. točku (a) podtočku i. Direktive 2010/13 treba tumačiti na način da se ocjena glavne svrhe pružanja videofilmova ponuđenih u okviru elektroničke verzije novina treba temeljiti na ispitivanju ima li usluga kao takva sadržaj i funkciju koji su neovisni o sadržaju novinarske djelatnosti operatera predmetne internetske stranice i nije samo neodvojiv dodatak toj aktivnosti, osobito zbog veza između audiovizualne i tekstualne ponude. Takvim ocjenjivanjem treba se baviti sud koji je uputio zahtjev“<sup>63</sup>.

---

<sup>60</sup> Activity Report on the ERGA Workshop. Regulation of Vloggers on Video-Sharing Platforms., ERGA, 2020., [https://erga-online.eu/wp-content/uploads/2021/01/ERGA-SG1-Report-Vlogger-Workshop-Sept-2020\\_final\\_21122020.pdf](https://erga-online.eu/wp-content/uploads/2021/01/ERGA-SG1-Report-Vlogger-Workshop-Sept-2020_final_21122020.pdf) (30.7.2022.)

<sup>61</sup> C-347/14 od 21.10.2015., *New Media Online*, ECLI:EU:C:2015:709, t. 2.

<sup>62</sup>Ibidem, t. 7.

<sup>63</sup>Ibidem, t. 38.

Iz te presude moglo bi se zaključiti da se vlogeri mogu smatrati pružateljem audiovizualne medijske usluge, ali je istaknuto i prepoznato da se ne mogu sve vrste kratkih videozapisa smatrati audiovizualnom medijskom uslugom te je navedeno kako se kratki videozapisi koje korisnici učitavaju kako bi podijelili svoje svakodnevne trenutke ne bi trebali smatrati audiovizualnom medijskom uslugom. Kako bi se odredila jasna distinkcija između vlogera koji se smatraju audiovizualnom medijskom uslugom i onih koji se ne smatraju, istaknuto je da bi se mogao koristiti sustav pragova odnosno odlučni kriteriji bi mogao biti količina gledatelja, pretplatnika i zarade. Isto tako kriterij može biti i količina videozapisa ili volumen kataloga videozapisa. Oni vlogeri koji se mogu prema tim kriterijima smatrati audiovizualnom medijskom uslugom naravno potpadaju pod pravila AVMSD te ih moraju poštivati kao i ostali pružatelji usluga. Ta analiza se mora provoditi od slučaja do slučaja, pa bi sustav pragova mogao biti koristan alat za to, ali još uvijek nema suglasnosti o primjeni tog mehanizma između država članica.

Smjernica navodi kako je i dalje potrebna adekvatna zaštita potrošača i korisnika od štetnog i neprikladnog sadržaja koji se distribuiraju na platformama ili kanalima vlogera. Općenito gledano, ustanovljeno je da bi se regulatorni pristup primjenjiv na vlogere trebao razlikovati od pristupa platformama za razmjenu videozapisa iako oni svoje videozapise dostavljaju publici preko tih platformi zato što platforme nemaju uredničku odgovornost. U zaključku smjernice je istaknuto kako je potreban dosljedniji pristup primjene pravila iz nove verzije AVMSD na vlogere diljem Europske unije kako bi se osigurala pravna sigurnost na tom polju i kako bi se osnažilo tržište vlogera što bi se moglo postići većom suradnjom između članica Skupine europskih regulatora za audiovizualne medije.

Do sada su se države članice vodile mehanim pristupom reguliranju vlogera koji su kombinirale sa mehanizmima koregulacije, ali zaključak smjernice ističe kako je regulaciju vlogera potrebno odvojiti u zasebno polje od platformi za razmjenu videozapisa s obzirom na sve veći rast tog tržišta u globalnom svijetu.

## **9. Princip zemlje podrijetla i problem primjene na platforme za razmjenu videozapisa**

Neki osnovni principi koji se primjenjuju na ostale audiovizualne medijske usluge proširuju se i na platforme za razmjenu videozapisa poput principa zemlje podrijetla. Taj princip pretpostavlja da samo jedna država članica ima isključivu nadležnost u određenom području kako bi se osigurala jedinstvena primjena zakona te države. Ovakav princip ima veliku korist za poduzeća jer im smanjuje ulaganja za ulazak na novo tržište te se tako postiže veća

ekonomska privlačnost europskog tržišta jer kompanije ne moraju ulagati u istraživanje različitih pravnih sustava svih 27 članica EU<sup>64</sup>. Obrnuti princip je princip zemlje odredišta koji podrazumijeva da se poduzeća prilagode uvjetima i pravilima na tržištima svih država članica te ih poštuju kao i na matičnom pravnom području. Takav princip se koristi u europskom potrošačkom pravu kako bi se dodatno zaštitilo potrošače jer se nalaze u slabijem položaju od velikih kompanija<sup>65</sup>.

AVMSD navodi princip zemlje podrijetla u čl. 28.a: „**1.** Za potrebe ove Direktive pružatelj usluge platformi za razmjenu videozapisa s poslovnim nastanom na državnom području države članice u nadležnosti je te države članice. **2.** Smatra se da pružatelj usluga platformi za razmjenu videozapisa koji nema poslovni nastan na državnom području države članice prema stavku 1. ima poslovni nastan na državnom području države članice za potrebe ove Direktive ako taj pružatelj usluga platformi za razmjenu videozapisa: **(a)** ima matično društvo ili društvo kći s poslovnim nastanom na državnom području te države članice; ili **(b)** dio je grupe, a drugo društvo iz te grupe ima poslovni nastan na državnom području te države članice. **3.** Za potrebe primjene stavka 2., ako matično društvo, društvo kći ili druga društva iz grupe imaju poslovne nastane u različitim državama članicama, smatra se da pružatelj usluge platformi za razmjenu videozapisa ima poslovni nastan u državi članici u kojoj njegovo matično društvo ima poslovni nastan ili, ako ono nema poslovni nastan u toj državi članici, u državi članici u kojoj društvo kći ima poslovni nastan ili, ako ono nema poslovni nastan u toj državi članici, u državi članici u kojoj poslovni nastan ima drugo društvo iz grupe“<sup>66</sup>.

Iako se princip zemlje porijekla pokazao kao dobar način regulacije linearnih audiovizualnih medijskih usluga i usluga na zahtjev, postoje određeni problemi sa primjenom tog principa i na platforme za razmjenu videozapisa. Takav princip je primijenjen i na platforme jer ih se htjelo izjednačiti u tržišnom smislu sa ostalim oblicima audiovizualnih medijskih usluga kako bi se omogućilo pošteno tržišno natjecanje. Iako je to bio dobar cilj, literatura navodi „Dok je prihvaćajući dramatične promjene u industriji u to vrijeme, kao što su pojava privatnog emitiranja i satelitskog prijenosa, opravdala njegovo usvajanje, komentatori su općenito primijetili da bi to uzelo veliki danak na sposobnost država da upravljaju njihovim vlastitim medijskim sferama, a tvrdilo se da se, kada se primjenjuje na audiovizualni medijski sektor, gubi se cilj principa zemlje podrijetla da zaštiti slobodu pružanja usluga, te taj princip postaje

---

<sup>64</sup> Mankowski, Peter. Country of Origin Principle. 2012., [https://max-eup2012.mpipriv.de/index.php/Country\\_of\\_Origin\\_Principle#7. Country\\_of\\_destination\\_principle\\_as\\_an\\_antonym](https://max-eup2012.mpipriv.de/index.php/Country_of_Origin_Principle#7. Country_of_destination_principle_as_an_antonym) (30.7.2022.)

<sup>65</sup> Ibidem

<sup>66</sup> Direktiva (EU) 2018/1808 o audiovizualnim medijskim uslugama. Op. cit., str. 19.

pravilo nadležnosti koje nacionalne regulatore čini temeljno bespomoćnim prema dolaznim uslugama<sup>67</sup>. Iz ovoga se vidi kako je trenutačno stanje za platforme nezadovoljavajuće jer se ne postiže prilagodba na specifične uvjete i kulturalne specifičnosti pojedinih država članica te bi države trebale imati jurisdikciju nad platformama i prisiliti platforme da poštuju domaće pravne standarde i kulturalne specifičnosti pojedinih država u EU. Kako bi se ostvarili navedeni zahtjevi, bilo bi bolje primijeniti princip zemlje odredišta kao što se primjenjuje i u europskom potrošačkom pravu kako bi se spriječilo da velike platforme iskorištavaju svoj položaj i izaberu najpogodniji pravni okvir za matično pravno područje.

## 10. Institut samoregulacije i koregulacije

Samoregulacija se opisuje kao „situaciju grupe osoba ili tijela, koja djeluju zajedno te obavljaju regulatornu funkciju u pogledu sebe i drugih koji prihvaćaju njihov autoritet“<sup>68</sup>. Takav koncept nije neki novi oblik regulacije jer određeni oblici samoregulacije postoje već dugo kao što su različite komore (npr. Odvjetnička komora) koje propisuju određena pravila koja članovi takvih komora moraju poštovati. Prednost takve regulacije je da pravila propisuju organizacije i ljudi koji se razumiju u određeno područje bolje nego sami zakonodavac. Druga prednost je da s obzirom da organizacije propisuju pravila, one mogu osmisliti bolje i efikasnije mjere za provedbu samih pravila jer time potiču povjerenje u svoje organizacije. Taj koncept se ponešto razlikuje kod platformi za razmjenu videozapisa iz razloga što iako se navodi da gospodarski partneri donose zajedničke smjernice među sobom i za sebe, takve smjernice u kontekstu platformi za razmjenu videozapisa donose sami pružatelji usluga svaki za sebe te ne postoji nekakva inicijativa unutar te industrije koja bi se mogla smatrati samoregulacijom u kontekstu platformi za razmjenu videozapisa.

Koregulacija je u kontekstu EU „mehanizam kojim se EU zakonodavnim aktom povjerava postizanje ciljeva definiranih zakonodavnom ovlašću, strankama koje su priznate na tom području (kao što je gospodarska operateri, socijalni partneri, nevladine organizacije ili udruge)“<sup>69</sup>. Takva vrsta regulacije stvara određenu suradnju između javnih tijela i privatnih organizacija te daje javnim tijelima mogućnost direktne intervencije u slučaju da koncept samoregulacije ne uspije polučiti rezultate. Kako bi takav sustav ostao efikasan, sustav mora

---

<sup>67</sup> Cavaliere, Paolo. Who's sovereign? The AVMSD's country of origin principle and videosharing platforms. 15.12.2021., [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=3986101](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3986101) (30.7.2022.), str. 9.

<sup>68</sup> Black, Julia. Constitutionalising Self-Regulation. *The Modern Law Review*, 59 (1996), 1, str. 24–55., <http://www.jstor.org/stable/1096422> (30.7.2022.), str. 27.

<sup>69</sup> Finck, Michele. Digital regulation: Designing a Supranational Legal Framework for the Platform Economy. 20.6.2017., [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=2990043](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2990043) (30.7.2022.), str. 16.

biti podložan regularnim evaluacijama i ocjenjivanju te podrazumijeva konstantan dijalog između javnih tijela i privatnih organizacija. Ovakva vrsta regulacije podrazumijeva i određeni oblik dijeljenja podataka između javnih tijela i privatnih organizacija što može biti korisno za javna tijela jer ona nemaju inače pristup takvim podacima što može biti korisno za daljnje razvijanje pravila i poboljšanje efikasnosti samih pravila. Prednosti koje ovakav sistem regulacije donosi se vidi i na „primjeru grada Milana i kompanije Airbnb gdje je dogovoreno da stanovnici mogu iznajmljivati svoje nekretnine preko sustava Airbnb, dok Airbnb ima obvezu davati podršku pri organiziranju velikih događaja u gradu, dijeliti svoje podatke sa javnim tijelima te pomoći povećanju digitalne pismenosti starijih osoba kroz radionice“<sup>70</sup>.

Principi koregulacije i samoregulacije su izrazito zastupljeni u zadnjoj reviziji AVMSD. Samoregulacija u kontekstu audiovizualnih medijskih usluga se opisuje u recitalu 14. AVMSD: „Samoregulacija predstavlja vrstu dobrovoljne inicijative koja omogućuje gospodarskim operatorima, socijalnim partnerima, nevladinim organizacijama i udrugama da donesu zajedničke smjernice, među sobom i za sebe. Odgovorni su za razvoj, praćenje i izvršavanje tih smjernica, kao i usklađenost s njima“<sup>71</sup>. Glavni nedostaci takvog oblika regulacije u kontekstu platformi za razmjenu videozapisa su da bi platforme mogle čuvati određene informacije tajnim kako se ne bi izvrgle negativnom javnom mišljenju te mogućnost stvaranja oligopolske strukture među najvećim platformama koje postavljaju sve više i više standarde kako bi otežali ulazak drugim potencijalnim natjecateljima na tržištu što je protivno pravilima o tržišnom natjecanju u EU.

Drugi oblik odnosno koregulacija se također opisuje u recitalu 14. AVMSD koji navodi: „U koregulaciji regulatornu ulogu dijele dionici i vlada ili nacionalne regulatorne vlasti ili tijela. Uloga mjerodavnih javnih tijela uključuje priznavanje sustava koregulacije, reviziju njegovih postupaka i financiranje sustava. Koregulacijom bi se trebala dopustiti mogućnost državne intervencije u slučaju kada njezini ciljevi nisu postignuti“<sup>72</sup>. Taj oblik je puno pogodniji za reguliranje platformi za razmjenu videozapisa iz razloga što bi javna tijela odobravale kodekse ponašanja koje bi donijeli pružatelji usluga te bi se tako i dalje održala kontrola takvih kodeksa i pravila od strane državne vlasti, a u cilju zaštite krajnjeg korisnika.

Kao najpogodniji oblik za reguliranje platformi mogao bi biti oblik policentrične koregulacije koji pretpostavlja suradnju između javnih tijela, kompanija odnosno tržišnih aktera, ali i zainteresiranog građanstava što je razlika u odnosu na čistu koregulaciju. Ovakav sistem bi

---

<sup>70</sup> Ibidem, str. 23.

<sup>71</sup> Direktiva (EU) 2018/1808 o audiovizualnim medijskim uslugama. Op. cit., str. 3.

<sup>72</sup> Ibidem



bolje funkcionirao jer „policentrično donošenje odluka omogućuje koncentraciju znanja koje je prirodno raspršeno diljem društva“<sup>73</sup>. Tako bi se uključilo više aktera iz različitih područja što bi sigurno pridonijelo boljoj regulaciji i boljem balansu između različitih konfliktnih interesa, a zainteresirano građanstvo bi se moglo uključiti u taj proces donošenja odluka različitim online peticijama, forumima, blogovima i ostalim sličnim oblicima interakcije.

## **11. Samoregulacija velikih platformi za razmjenu videozapisa**

Samoregulacija velikih platformi trenutačno služi kao glavni mehanizam regulacije sadržaja na platformama za razmjenu videozapisa a u skladu sa novom verzijom AVMSD.

U tom mehanizmu samoregulacije, platforme za razmjenu videozapisa se same ponašaju kao regulatori te propisuju određena pravila kao što bi ih propisivao i sam zakonodavac. Platforme ta pravila propisuju u svojim kodeksima ponašanja koja dostavljaju korisniku pri prvoj registraciji na platformi.

Platforme za razmjenu videozapisa za razliku od zakonodavca, su privatne kompanije kojima je kao i svakoj kompaniji bitan profit i zarada. To bi moglo stvoriti određene probleme u budućnosti jer se takve kompanije ne vode društvenim ciljevima kao zakonodavac što može dovesti do neujednačene prakse kod različitih kodeksa ponašanja različitih platformi za razmjenu videozapisa. Korisnici se u toj situaciji nalaze u pravnoj nesigurnosti jer svaka platforma ima svoja pravila što korisnicima otežava učitavanje istog video sadržaja na različite platforme. Uz to veliki problem je i manjak transparentnosti iza procedura koje se pokreću kršenjem tih pravila te korisnici ističu kako su im određeni videozapisi uklonjeni sa platforme zbog kršenja pravila iz kodeksa ponašanja iako oni tvrde da nisu prekršili pravila.

### **a) Youtube**

Youtube je nastao 2005. godine te su ga osnovali tri bivša zaposlenika Paypala odnosno Chad Hurley, Steve Chen i Jawed Karim. Kompanija Google je 2006. godine preuzeo Youtube koji je nastavio raditi nezavisno od Google-a. S obzirom da je korištenje Youtube-a od početka pa do danas besplatno, ta je platforma vrlo brzo postala glavno sredstvo putem kojih su, do tada anonimni autori filmskih i glazbenih uradaka, stekli popularnost te se probili u tradicionalne audiovizualne medijske usluge poput televizije.

---

<sup>73</sup> Finck, Michele. Digital regulation: Designing a Supranational Legal Framework for the Platform Economy. Op. cit., str. 25.

Kompanija je 2007. godine omogućila najgledanijim kreatorima videozapisa da postanu partneri i tako dobiju dio zarade od reklama koje su se prikazivale uz njihove videozapise. Ta promjena je izravno utjecala na stvaranje novog tržišta kreatora videozapisa koji su postajali sve profesionalniji te je popularnost te platforme u narednim godinama sve više i više rasla. Glazbeni spot za pjesmu „*Gangam style*“ od izvođača „*Psy*“ je postao prvi videozapis koji je prešao milijardu pregleda 2012. godine što pokazuje koji utjecaj te platforme imaju na društvo. Tijekom vremena na platformi se sve više počeo širiti i politički sadržaj pa je ta platforma u određenim državama koje nisu demokracije postala nedostupna poput Narodne Republike Kine.

Youtube korisnicima omogućava učitavanje videozapisa u različitim formatima poput .mp4, .mkv, .avi i ostale te veličine do 128 gigabajta. Pravila ponašanja na platformi su uređena u smjernicama zajednice koje služe kao kodeks ponašanja odnosno mehanizam samoregulacije. Te smjernice zajednice su podijeljene u određene kategorije, a one su: neželjeni sadržaj i zavaravajuće radnje, osjetljivi sadržaj, nasilan i opasan sadržaj te roba na koju se primjenjuju posebni propisi. Svaka kategorija sadrži i posebne potkategorije koje razrađuju posebna pravila za svaku od njih.

U kategoriji neželjeni sadržaj i zavaravajuće radnje potkategorije su: lažni angažman, lažno predstavljanje, vanjske veze te neželjene poruke, zavaravajuće radnje i prijekave.

Kategorija osjetljivi sadržaj sadrži potkategorije: sigurnost djece, minijature, golotinja i seksualni sadržaj te samoubojstvo i samoozljeđivanje.

Roba na koju se primjenjuju posebni propisi sadrži potkategorije: vatreno oružje i prodaju proizvoda ili usluga koje nisu legalne ili su zakonski regulirane poput droge ili lijekova na recept.

Zadnja kategorija odnosno nasilan i opasan sadržaj također ima potkategorije, a one su: uznemiravanje i internetsko zlostavljanje, štetan ili opasan sadržaj, govor mržnje, nasilne kriminalne organizacije, nasilan ili eksplicitni sadržaj i pravila o iznošenju dezinformacija o bolesti COVID-19 koja se postala posebno aktualna tijekom pandemije.

Kod otkrivanja prekršaja u vezi sa pravilima ponašanja, u smjernicama se navodi kako Youtube koristi kombinaciju ljudi i strojnog učenja za skupno otkrivanje problematičnog sadržaja te je to strojno učenje dobro za otkrivanje obrazaca odnosno pronalaženje sadržaja koji je sličan sadržaju koji je već prije bio uklonjen što omogućava ukidanje sadržaja čak i prije nego što ih netko pogleda. Uz taj mehanizam Youtube ima i istraživački tim ljudi koji prate vijesti, društvene mreže i prijave korisnika kako bi otkrili nove trendove neprikladnog sadržaja prije nego što takvi trendovi postanu veći problem.

Kada određeni korisnik prvi put prekrši odredbe smjernice, ne dobiva odmah sankciju nego samo upozorenje. Nakon tog upozorenja ako korisnik nastavlja sa kršenjem smjernica, dobiva opomenu zbog kršenja smjernica zajednice te se na taj korisnički račun primjenjuju privremena ograničenja odnosno jednotjedna zabrana prijenosa videozapisa. Ukoliko korisnik tijekom razdoblja od 90 dana primi tri opomene njegov kanal se ukida. Korisnički kanali čija je namjena kršenje pravila smjernice i oni koji imaju jedan slučaj teške zloupotrebe na platformi, podložni su izravnom ukidanju bez opomene. Na svako ukidanje sadržaja ili opomenu, korisnici imaju pravo podnijeti žalbu ukoliko smatraju da nisu prekršili odredbe smjernice nakon čega se ponovno razmatra donesena odluka od strane platforme.

U određenim situacijama sadržaj na platformi ne krši pravila smjernice, ali je podložan dobno ograničenju odnosno nije prikladan za maloljetne osobe. Takvi videozapisi su podložni postavljanju dobnog ograničenja koje postavljaju timovi unutar platforme zaduženi za moderaciju sadržaja. Također, i sami autori takvih videozapisa mogu postaviti dobno ograničenje na svoj videozapis ukoliko smatraju da nije primjeren za mlađe skupine gledatelja.

## **b) TikTok**

TikTok je izrazito popularna platforma za razmjenu videozapisa koja je nastala 2016. godine od kompanije ByteDance te je lansirana na kinesko tržište pod imenom Douyin. Platforma je vrlo brzo stekla popularnost na kineskom tržištu jer se razlikovala od drugih platformi po tome što je omogućavala učitavanje kratkih videozapisa koji su bili vezani uz određene popularne trendove i muziku. Kineska kompanije ByteDance je potom 2017. godine kupila platformu Musical.ly te spojila te dvije platforme u jednu zvanu TikTok koja je 2018. godine postala dostupna diljem svijeta. Platforma je potom stekla dodatnu popularnost diljem svijeta tako što su je promovirali svjetski poznate osobe poput Jimmy Fallon, ali i zato što se ta platforma za razliku od drugih više orijentira na prikazivanje videozapisa korisniku koji su aktualni za njegovu geografsku lokaciju. Prema određenim statistikama TikTok je najbrže rastuća platforma za razmjenu videozapisa te u 2022. godini ima preko 1.2 milijardu korisnika<sup>74</sup>.

TikTok isto kao i Youtube ima smjernice zajednice koje služe kao kodeks ponašanja na platformi i kao mehanizam samoregulacije. Kako bi provođenje tih smjernica bilo efikasno, platforma koristi kombinaciju tehnologije i ljudske moderacije, ali i potiče same korisnike

---

<sup>74</sup> Iqbal, Mansoor. TikTok Revenue and Usage Statistics. 30.6.2022., <https://www.businessofapps.com/data/tiktok-statistics/> (30.7.2022.)

platforme da se koriste alatima označavanja nepoželjnog sadržaja. Smjernice zajednice se dijele u više kategorija, a one su: zaštita maloljetnika, opasne radnje i izazovi, samoubojstvo i samoozljeđivanje, odrasla golotinja i seksualne aktivnosti, maltretiranje i uznemiravanje, ponašanje sa mržnjom, nasilni ekstremizam, integritet i autentičnost, ilegalne aktivnosti i regulirane robe, nasilan i eksplicitni sadržaj te kršenje autorskih prava i zaštićenih znakova. Ukoliko se na platformi pojavi sadržaj koji nije u skladu sa smjernicama, platforma će takav sadržaj ukloniti sa platforme, a pojedinci koji su takav sadržaj učitali na platformu će biti obaviješteni o kršenju smjernica te se mogu žaliti na te odluke ukoliko smatraju da nije došlo do kršenja smjernica. Korisnicima koji su počinili teška kršenja smjernica ili ponavljaju kršenje smjernica će privremeno ili trajno biti zabranjeni korisnički računi te je zanimljivo da kod ovakvih odluka platforma uzima u obzir ponašanje na drugim platformama i ponašanje u stvarnom svijetu. Određeni sadržaj koji nije protivan smjernicama, ali nije poželjan na platformama poput neoriginalnog sadržaja ili videozapisa loše kvalitete neće biti uklonjen, ali će mu biti smanjena vidljivost preusmjeravanjem rezultata pretraživanja ili činivši takav sadržaj neprikladnim za preporuku. Iako određeni sadržaj može biti protivan smjernicama zajednice, takav sadržaj neće biti uklonjen ukoliko je u javnom interesu poput obrazovnog, dokumentarnog ili znanstvenog sadržaja. Kako bi se smanjili negativni učinci takvog sadržaja, platforma može staviti odgovarajuće upozorenje uz takav sadržaj.

U zadnjih nekoliko godina se uz TikTok vežu brojne kontroverze poput ovisnosti mladih o toj platformi i ilegalnom korištenju osobnih podataka. Tako jedna studija navodi kako 5.9% korisnika pokazuje znakove problematičnog korištenja te platforme<sup>75</sup>. O ilegalnom korištenju osobnih podataka od strane TikToka se već puno pisalo zadnjih nekoliko godina te je čak Nizozemska uprava za zaštitu podataka izrekla kaznu TikToku od 750.000 eura<sup>76</sup> 2021. godine zbog kršenja privatnosti male djece jer svojim korisnicima nisu nudili izjavu o privatnosti na nizozemskom jeziku što je direktno u protivnosti sa čl. 12. st. 1. GDPR koji navodi kako ispitaniku trebaju biti pružene informacije u vezi s obradom osobnih podataka „u sažetom, transparentnom, razumljivom i lako dostupnom obliku, uz uporabu jasnog i jednostavnog jezika, osobito za svaku informaciju koja je posebno namijenjena djetetu“<sup>77</sup>. Nadalje otkriveno je da TikTok prilikom instalacije aplikacije instalira i pretraživače za praćenje aktivnosti koji prate sve aktivnosti korisnika na internetu što omogućuje TikToku korištenje tehnike otiska

---

<sup>75</sup> Too much TikTok is harmful and addicting to kids, Chinese study finds. 6.4.2022., <https://abc7.com/tiktok-harmful-kids-young-adults/11712730/> (30.7.2022.)

<sup>76</sup> Dutch DPA: TikTok fined for violating children's privacy. 22.7.2021., [https://edpb.europa.eu/news/national-news/2021/dutch-dpa-tiktok-fined-violating-childrens-privacy\\_en](https://edpb.europa.eu/news/national-news/2021/dutch-dpa-tiktok-fined-violating-childrens-privacy_en) (30.7.2022.)

<sup>77</sup> Uredba (EU) 2016/679 o zaštiti podataka. Op. cit., str. 12.

prsta koji svakom korisniku daje posebnu oznaku<sup>78</sup>. Ta tehnika funkcionira na način da tijekom posjećivanja određene stranice na internetu, internet preglednik i stranica razmjenjuju određene podatke kako bi se stranica mogla pravilno učitati. Ti podaci su operativni sustav uređaja, razlučivost zaslona, fontovi i drugi podaci te ta kombinacija detalja omogućava da sve svaki korisnik može jedinstveno identificirati pomoću navedenih detalja<sup>79</sup>. TikToku ta tehnika omogućuje povezivanje podataka o uređaju sa korisničkim profilima na izrazito ciljan način što je direktno u protivnosti s načelom smanjenja količine podataka iz čl. 5. st. 1. t. c. GDPR<sup>80</sup>. Iz svega navedenog se vidi kako TikTok predstavlja sigurnosni rizik za korisnike te je ta platforma već zabranjena u određenim državama poput Indije, a u drugima poput Australije i Sjedinjenih američkih država se razmatra potencijalna zabrana<sup>81</sup>.

## 12. Zaključak

Platforme za razmjenu videozapisa su posebna vrsta usluge koje se svojim specifičnostima razlikuju od ostalih vrsta audiovizualnih medijskih usluga te će njihova dodatna regulacija doprinijeti sve boljoj zaštiti korisnika, a i javnih interesa.

Revizija AVMSD će definitivno doprinijeti tim ciljevima te je dobra polazna točka za daljnju regulaciju takvih platformi i ujednačenu primjenu pravila diljem Europske unije. Problematika vezana uz preširoko tumačenje kriterija osnovna funkcionalnost usluge iz AVMSD je riješena donošenjem Smjernica o primjeni tog kriterija od strane Europske komisije te je to dobar mehanizam za ujednačenu primjenu tog kriterija u državama članicama.

Unatoč boljoj regulaciji revizijom AVMSD, i dalje ostaju određeni problemi u praksi. Manjak transparentnosti se i dalje ističe kao najveći problem platformi te će ubuduće zakonodavci država članica morati poraditi na tome u suradnji sa samim kompanijama koje vode takve platforme. Osim toga, postoje i određeni problemi sa manjkom uredničke odgovornosti jer platforme razvojem tehnologije i sistema moderacije sadržaja, svejedno ostvaruju određeni oblik uredničke kontrole. Uz te probleme postoji i određeni problem sa primjenom principa zemlje porijekla na platforme jer se ne prilagođavaju na kulturalne specifičnosti i specifične uvjete pojedinih država članica te smatram da bi se trebao primijeniti obrnuti princip zemlje

---

<sup>78</sup> Sherman, Priscilla. The Privacy Risks of TikTok – Why This Invasive App is So Dangerous. 6.2.2022., <https://vpnoverview.com/privacy/social-media/tiktok-privacy/> (30.7.2022.)

<sup>79</sup> Janssen, David. Browser Fingerprinting: Why it's Such a Huge Problem. 6.2.2022., <https://vpnoverview.com/privacy/anonymous-browsing/browser-fingerprinting/> (30.7.2022.)

<sup>80</sup> Uredba (EU) 2016/679 o zaštiti podataka. Op. cit., str. 7.

<sup>81</sup> Should TikTok be banned? <https://parentzone.org.uk/article/should-tiktok-be-banned> (30.7.2022.)

odredišta kako bi se spriječilo da platforme izaberu najpogodniji pravni okvir za matično pravno područje.

Razvoj umjetne inteligencije će uvelike pomoći kompanijama koje vode takve platforme da još efikasnije provode svoja pravila iz kodeksa ponašanja, ali i može negativno utjecati na same kreatore i korisnike jer postoji manjak transparentnosti u vezi toga kako takvi sustavi funkcioniraju, a može se dogoditi i da takvi sustavi postanu pristrani te favoriziraju određene interese iznad interesa javnosti.

Institut samoregulacije kao način regulacije platformi koji je sada u primjeni, trebao bi se zamijeniti institutom policentrične koregulacije kako bi se različitim akterima iz različitih područja omogućila javna rasprava te bolje balansiranje između različitih konfliktnih interesa. Iako je AVMSD dobar zakonodavni okvir za daljnju regulaciju platformi, potrebno je promatrati u kojem smjeru će se kretati razvoj platformi za razmjenu videozapisa i sudska praksa u državama članicama te Europskog suda pravde u kontekstu revizije AVMSD.

### **13. Literatura**

#### Knjige i članci:

Activity Report on the ERGA Workshop “Regulation of Vloggers on Video-Sharing Platforms”, Skupina Europskih regulatora za audiovizualne medijske usluge (ERGA), rujan 2020., dostupno na: [https://erga-online.eu/wp-content/uploads/2021/01/ERGA-SG1-Report-Vlogger-Workshop-Sept-2020\\_final\\_21122020.pdf](https://erga-online.eu/wp-content/uploads/2021/01/ERGA-SG1-Report-Vlogger-Workshop-Sept-2020_final_21122020.pdf) (30.7.2022.)

Barata, Joan. New EU rules on video-sharing platforms: will they really work?. 21.2.2019., dostupno na: <https://blogs.lse.ac.uk/medialse/2019/02/21/new-eu-rules-on-video-sharing-platforms-will-they-really-work/> (30.7.2022.)

Black, Julia. Constitutionalising Self-Regulation. *The Modern Law Review*, 59 (1996), 1, str. 24–55., dostupno na: <http://www.jstor.org/stable/1096422> (30.7.2022.)

Drunen van, Max. The post-editorial control era: how EU media law matches platforms’ organisational control with cooperative responsibility. 24.7.2020., dostupno na: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/17577632.2020.1796067> (30.7.2022.)

Cavaliere, Paolo. Who's sovereign? The AVMSD's country of origin principle and videosharing platforms. 15.12.2021., dostupno na: [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=3986101](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3986101) (30.7.2022.)

Community Guidelines Enforcement Report. 30.6.2022., dostupno na: <https://www.tiktok.com/transparency/en-us/community-guidelines-enforcement-2022-1/> (30.7.2022.)

Dutch DPA: TikTok fined for violating children's privacy. 22.7.2021., dostupno na: [https://edpb.europa.eu/news/national-news/2021/dutch-dpa-tiktok-fined-violating-childrens-privacy\\_en](https://edpb.europa.eu/news/national-news/2021/dutch-dpa-tiktok-fined-violating-childrens-privacy_en) (30.7.2022.)

European Audiovisual Observatory. Online video sharing: Offerings, audiences, economic aspects. 11.6.2018., dostupno na: [https://search.coe.int/observatory/Pages/result\\_details.aspx?ObjectId=09000016808b2e16](https://search.coe.int/observatory/Pages/result_details.aspx?ObjectId=09000016808b2e16) (30.7.2022.)

Fake News: A Global Epidemic Vast Majority (86%) of Online Global Citizens Have Been Exposed to it. 11.6.2019., dostupno na: <https://www.ipsos.com/en-us/news-polls/cigi-fake-news-global-epidemic> (30.7.2022.)

Finck, Michele. Digital regulation: Designing a Supranational Legal Framework for the Platform Economy. 20.6.2017., dostupno na: [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=2990043](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2990043) (30.7.2022.)

Informacijsko društvo, *Hrvatska enciklopedija, mrežno izdanje*, Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2021., dostupno na: <http://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=27411> (30.7.2022.)

Iqbal, Mansoor. TikTok Revenue and Usage Statistics. 30.6.2022., dostupno na: <https://www.businessofapps.com/data/tik-tok-statistics/> (30.7.2022.)

Janssen, David. Browser Fingerprinting: Why it's Such a Huge Problem. 6.2.2022., dostupno na: <https://vpnoverview.com/privacy/anonymous-browsing/browser-fingerprinting/> (30.7.2022.)

How social media is used to encourage travel to Syria and Iraq briefing note for schools. Dostupno na: [https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment\\_data/file/440450/How\\_social\\_media\\_is\\_used\\_to\\_encourage\\_travel\\_to\\_Syria\\_and\\_Iraq.pdf](https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/440450/How_social_media_is_used_to_encourage_travel_to_Syria_and_Iraq.pdf) (30.7.2022.)

Gunther, Richard; Beck A., Paul; Nisbet C., Erik. Fake News Did Have a Significant Impact on the Vote in the 2016 Election. Dostupno na: <https://cpb-us-west-2-juc1ugur1qwqqo4.stackpathdns.com/u.osu.edu/dist/d/12059/files/2015/03/Fake-News-Piece-for-The-Conversation-with-methodological-appendix-11d0ni9.pdf> (30.7.2022.)

Kuklis, Lubos. Video-sharing platforms in AVMSD – A new kind of content regulation, 26. studeni 2019., dostupno na: <https://deliverypdf.ssrn.com/delivery.php?ID=31202511612211412510212700307912412011703501900903409007402511408106708311709807910109603402312101512511411801609607707107509005908205306506806807900701211209507002506604007611300007500100109019095024012029085078104110068105116004069015096107101006000&EXT=pdf&INDEX=TRUE> (30.7.2022.)

Kuklis, Lubos. Media regulation at distance: video-sharing platforms in AVMS Directive and the future of content regulation, 15. srpanj 2020., dostupno na: [https://www.medialaws.eu/wp-content/uploads/2020/07/RDM\\_2\\_2020-Kuklis.pdf](https://www.medialaws.eu/wp-content/uploads/2020/07/RDM_2_2020-Kuklis.pdf) (30.7.2022.)

Kuklis, Lubos; Wagner, Ben. Disinformation, data verification and social media. 7.1.2020., dostupno na: <https://blogs.lse.ac.uk/medialaw/2020/01/07/disinformation-data-verification-and-social-media/> (30.7.2022.)

Mankowski, Peter. Country of Origin Principle. 2012., dostupno na: [https://max-eup2012.mpipriv.de/index.php/Country\\_of\\_Origin\\_Principle#7.\\_Country\\_of\\_destination\\_principle\\_as\\_an\\_antonym](https://max-eup2012.mpipriv.de/index.php/Country_of_Origin_Principle#7._Country_of_destination_principle_as_an_antonym) (30.7.2022.)



Nahmias, Yifat, Perel (Filmar), Maayan. The Oversight of Content Moderation by AI: Impact Assessments and Their Limitations. 13.2.2020., dostupno na: [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=3565025](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3565025) (30.7.2022.)

Too much TikTok is harmful and addicting to kids, Chinese study finds. 6.4.2022., dostupno na: <https://abc7.com/tiktok-harmful-kids-young-adults/11712730/> (30.7.2022.)

Seel, Michelle. Court rules Youtube not required to reinstate video containing alleged COVID-19 disinformation. 1.10.2020., dostupno na: <https://merlin.obs.coe.int/article/9018> (30.7.2022.)

Sherman, Priscilla. The Privacy Risks of TikTok – Why This Invasive App is So Dangerous. 6.2.2022., dostupno na: <https://vpnoverview.com/privacy/social-media/tiktok-privacy/> (30.7.2022.)

Should TikTok be banned? Dostupno na: <https://parentzone.org.uk/article/should-tiktok-be-banned> (30.7.2022.)

Shoukat, Bareerah. The First Video Sharing Platform – From Where it All Started. 15.2.2022., dostupno na: <https://blog.vidizmo.com/the-first-video-sharing-platform> (30.7.2022.)

Youtube. Smjernice zajednice. Dostupno na: <https://www.youtube.com/howyoutubeworks/policies/community-guidelines/#community-guidelines> (30.7.2022.)

#### Pravni izvori:

Direktiva (EU) 2018/1808 Europskog Parlamenta i Vijeća od 14. studenoga 2018. o izmjeni Direktive 2010/13/EU o koordinaciji određenih odredaba utvrđenih zakonima i drugim propisima u državama članicama o pružanju audiovizualnih medijskih usluga (Direktiva o audiovizualnim medijskim uslugama) u pogledu promjenjivog stanja na tržištu (SL L 303/69, 28.11.2018., str. 1, SL, posebno izdanje na hrvatskom jeziku, str. 69.-92.)

Direktiva 2010/13/EU Europskog Parlamenta i Vijeća od 10. ožujka 2010. o koordinaciji određenih odredaba utvrđenih zakonima i drugim propisima u državama članicama o pružanju

audiovizualnih medijskih usluga (Direktiva o audiovizualnim medijskim uslugama) (SL L 95/1, 15.4.2010., SL, posebno izdanje na hrvatskom jeziku, poglavlje 6., svezak 7., str. 160-183)

Direktiva 2000/31/EZ Europskog Parlamenta i Vijeća od 8. lipnja 2000. o određenim pravnim aspektima usluga informacijskog društva na unutarnjem tržištu, posebno elektroničke trgovine (Direktiva o elektroničkoj trgovini) (SL L 178/1, 8.6.2020., SL, posebno izdanje na hrvatskom jeziku, poglavlje 13., svezak 39., str. 58-73)

Uredba (EU) 2016/679 Europskog Parlamenta i Vijeća od 27. travnja 2016. o zaštiti pojedinaca u vezi s obradom osobnih podataka i o slobodnom kretanju takvih podataka te o stavljanju izvan snage Direktive 95/46/EZ (Opća uredba o zaštiti podataka) (SL L 119, 4.5.2016.)

Smjernice 2020/C 223/02 o praktičnoj primjeni kriterija osnovne funkcionalnosti iz definicije „usluge platforme za razmjenu videozapisa” u skladu s Direktivom o audiovizualnim medijskim uslugama (SL C 223/3, 7.7.2020., str. 3., SL, posebno izdanje na hrvatskom jeziku, str. 3.-9.)

Sudska praksa:

Sud EU, C-347/14 od 21.11.2015., New Media Online, ECLI:EU:C:2015:709