

A MODERNKORI FEUDALIZMUS ÉRVRENDSZERE- RÉNEK KRITIKÁJA

Dudik Benedek

dudik.benedek@gmail.com

DOI: 10.20520/JEL-KEP.2022.3.41

Absztrakt

Írásomban a 21. században a hálózatosodás hatására kibontakozó gazdasági és társadalmi átrendeződést veszem górcső alá, amely egy teljesen új gazdasági képződmény, a platformgazdaság kialakulásához vezetett. Ezzel párhuzamosan a digitális feudalizmus rendszerének kialakulása mellett szóló érveket – Jakob Linaa Jensen (2020) *The Medieval Internet* című könyve alapján – vizsgálom és azok relevanciáját más, a digitális gazdaságban érdekelt óriás-cégek munkásságát vizsgáló tanulmányok alapján értelmezem. Jensen (2020) a Big Data rendszerek és algoritmusok korában olyasfajta alárendeltségi viszonyok megjelenése mellett érvel, szolgáltatók és azok felhasználói között, melyekhez hasonló képződmények a középkorban voltak megfigyelhetőek a feudális urak és jobbágyaik közt. Munkám során megállapítom, hogy a magánélet és személyes adataink példátlan fenyegetettsége valóban létező jelenség, viszont modern korunk és a benne megjelenő kapcsolati rendszer feudalizmussal való összevetése erősen túlzó következtetések eredménye.

Kulcsszavak

platformgazdaság, digitális feudalizmus, adathalászat, internet

THE CRITIQUE OF MODERN FEUDALISM'S ARGUMENT SYSTEM

Benedek Dudik

Abstract

I scrutinize a reorganization that led to the formation of a new economic system, the platform economy. In parallel, I examine the arguments for the development of the digital feudalism's system – based on the book *The Medieval Internet* by Jakob Linaa Jensen (2020) – and interpret their relevance based on other studies examining the work of big companies in the digital economy. Jensen argues for the appearance of subordination relations between service providers and their users in the age of Big Data systems and algorithms, similar to the formations observed between feudal lords and their serfs in the Middle Ages. In the course of my work, I establish that the unprecedented threat to privacy and our personal data is a real phenomenon, but the comparison of our modern age and with feudalism is the result of highly exaggerated conclusions. I find that the social changes of our time can be traced back to the operation of networks, which are not comparable to the system of the medieval order, since different processes and apparatus are behind the two systems.

Keywords

platform economy, digital feudalism, phishing, internet

A MODERNKORI FEUDALIZMUS ÉRVRENDSZERÉNEK KRITIKÁJA

Dudik Benedek

Bevezetés

A technológiai fejlődés és a hálózati társadalmak kiépülése nagymértékű változásokat eredményezett az emberi élet szinte minden szegmensében. A társadalmi létet átszövő és átalakító változások olyannyira mindennapjaink részévé váltak az interkontinentális repülőutaktól kezdve egészen az internetes ételrendelésig, hogy azok sokak számára már természetesnek és nélkülözhetetlennek tűnnek. Írásomban a privát és a civil élet újfajta, 21. században megjelent kihívását és fenyegetettségét vizsgálom, amely a technológiai fejlődés – korábban nem várt – velejárójaként vált mindennapjaink részévé. Ez a változás az óriás techcégek térnyerése, tevékenyége, különösképpen az adathalászatra és a privát adatok kinyerésére, tárolására, valamint értékesítésére irányuló gyakorlatuk szempontjából vált kérdésessé az elmúlt évtizedben.

Munkám során azt a nézetet kívánom közelebről megvizsgálni, amely szerint a 21. századi nagy tech-óriások – Apple, Google, Microsoft, Amazon és Facebook – napjainkra a középkori feudális urak és jobbágyok viszonyához hasonló függőségi rendszert alakított ki a szolgáltatók és felhasználók közt.

Írásomban törekszem a feudális rendszerben megjelenő viszonyok mellett szóló érveket Jakob Linnaa Jensen (2020) közelmúltban megjelent, *The Medieval Internet*¹ című könyve alapján megvizsgálni, és azok relevanciáját más, a techcégek munkásságát és hatását vizsgáló tanulmányok alapján értelmezni. Jensen (2020) a Big Data rendszerek, a mesterséges intelligencia (Artificial Intelligence) és az algoritmusok korában olyasfajta alárendeltségi viszonyok megjelenése mellett érvel a szolgáltatók és azok felhasználói között², melyekhez hasonló képződmények a középkorban voltak megfigyelhetőek a feudális urak és jobbágyaik közt.

Olyan téma kibontakoztatását tűztem ki céloomul, amely megvilágítja a demokrácia és a magánélet fenyegetettségét az adatgyűjtésen és az adatfelhalmozáson keresztül, melyben meghatározó szerepet játszik a 21. században mindent átszövő közösségi média és internethasználat.

¹ Magyarul: A középkori internet

² Az óriáscégek és dolgozóik közti viszony tárgyalása nem tartozik írásom tárgykörébe. A témában bővebben lásd: Staab és Nachwey (2016).

Az ébredező internet

Az 1970-es évek elejétől kezdődően számos szociológus, közgazdász és földrajztudós dokumentálta a gazdasági termelés új, tudásalapú formájának elterjedését (Bell 1973, Piore és Sabel 1984, Lash és Urry 1987, Harvey 1991, Castells 2005 id. Turner 2006).³ Ennek az új információ- és tudásmegosztáson alapuló gazdasági modellnek a hálózatok és az ezzel párhuzamosan kiépülő internet lett az egyik magja.

Az új gazdasági modell egyik alapvető tulajdonsága szerint szakít a korábban hadügyre, iparra és akadémiai világra jellemző bürokratikus munkaszervezési stílussal, melyeket vertikális utasítási láncok és vezetési felépítésében (feje tetejére állított) fa szerkezet jellemzett, aminek csúcán mindig az adott szervezet vezetője állt (Turner 2006, Barabási 2020). Ennek helyébe fokozatosan horizontális, tudásmegosztáson alapuló, hálózatos elrendeződés került, amely sokak számára egy szebb, igazságosabb és egyenlőbb jövő reményét hordozta magában.⁴

Az 1990-es évekre a tengerentúlon az internet betört a köztudatba és az 1970-es évek egalitárius hangjai ismét felerősödni látszódtak. Sokan hittek abban, hogy az internet és az azzal párhuzamosan kiépülő hálózatok világa felszámolhatja a hierarchikus szervezeti modelleket, decentralizálhatja a hatalmat, és segíthet egy egyenlőségen alapuló, harmonikus közösség kiépülésében, amely végül mindenki számára elérhető lesz az egész glóbuszon (Turner 2006). Az ezen ideák nyomán kialakuló technoutópista hangulatot jól példázza Jon Katz (1997) *Wired magazin*ban megjelent írása a 20. század végén, aki a korai internethasználókat optimistának, toleránsnak és a változásra nyitottnak látta. Úgy festette le az előttünk álló jövőt, mint ami szabadabb és humánusabb lesz az internet terjedése révén. De nem csak Katz, sok szerző az internet korai szakaszában a világhálóra, mint a szabad jövő zálogára tekintettek és általa egy igazságosabb jövő eljövételét prognosztizálták (Majó-Petri 2022).

Az internet terjedését és a vele párhuzamosan megjelenő változások megfigyelhető irányát jól példázza a világ legértékesebb cégeinek listájában 2008 és 2018 között bekövetkezett változás (1. táblázat).

1. táblázat

Az öt legnagyobb piaci értékkel rendelkező cég listájának változása 2008 és 2018 között

Helyezés	Név	2008		2018		
		Alapítva	Érték (milliárd dollár)	Név	Alapítva	Érték (milliárd dollár)
1.	Exxon	1870	492	Apple	1976	891
2.	General Electric	1892	358	Google	1998	768
3.	Microsoft	1975	313	Microsoft	1975	680
4.	AT&T	1885	238	Amazon	1994	592
5.	Procter & Gamble	1837	226	Facebook	2004	545

(Johnston 2018, id. Makó et al. 2020: 1113)

³ A hálózatok kialakulásáról és azok természetéről Barabási (2020) ír átfogóan könyvében, míg az információs társadalom, valamint gazdaság kialakulásáról Castells (2005) ír részletesen.

⁴ Eklatáns példája és meghatározó figurája Stewart Brand, valamint a San Francisco környékén tevékenykedő újságírók és vállalkozók egy csoportja, a Whole Earth hálózat volt (Turner 2006).

Amíg 2008-ban a legértékesebb cégek között csupán kettő informatikai és telekommunikációs cég, a Microsoft és az AT&T szerepelt, addig alig 10 év leforgása alatt az öt legértékesebb cég közül mindegyik a digitális és info-kommunikációs gazdaság valamely szegmenséből került ki. A 20. századi olajipar nagyvállalatainak helyét csupán néhány év leforgása alatt az adatipar óriási váltották. A vállalatok piaci részesedésében bekövetkező változások a gazdaság átalakulásának jeleként is értelmezhetőek. A hálózatokon alapuló cégek, valamint egy újfajta gazdaság megjelenésében és térhódításában – a 20. századtól eltérően – a siker kulcsát már nem a fizikai javak és infrastruktúra birtoklása, hanem a hálózatok és az immateriális javak feletti kontroll jelenti (Makó et al. 2020). Az jól érzékelhető, hogy valami olyan változásnak vagyunk tanúi, melynek korai jelei már a '70-es évek elején megmutatkoztak, viszont (mindeddigi) fénykorának eljövételére egészen a 2010-es évekig kellett várni. Azonban a múlt század végén megjelenő technoutópista ideákkal ellentétben ezek a technológiai, infrastrukturális és perspektivikus változások nem egy szép új világ felépítéséhez vezettek, hanem az élet, a munka és a társadalom hálózatos megszervezéséhez és egy újfajta felügyeleti és világtrend kiépüléséhez járultak hozzá (Turner 2006).

A gazdaság átalakulását számos társadalomtudományokkal és gazdasággal foglalkozó szakember regisztrálta az elmúlt néhány dekád során, akik egymástól némileg eltérően értelmezték a megfigyelhető folyamatok eredetét és hatásmechanizmusát is. Ennek megfelelően az újonnan kialakuló gazdaságot nevezik digitális kapitalizmusnak (Schiller 1999, Staab – Nachwey 2016), kognitív kapitalizmusnak (Moulier-Boutang 2011), kommunikatív kapitalizmusnak (Dean 2014), posztkapitalizmusnak (Mason 2016) és techno- vagy digitális feudalizmusnak (Jensen 2020) is. Munkám során ez utóbbi, a feudalizmussal párhuzamot állító érvelés relevanciáját igyekszem görcső alá venni Jensen (2020) nyomán.

A digitális feudalizmus hasonlatának születése

A gazdasági vezetők hatalmi elitbe való bekerülése nem újkeletű gondolat. Dahrendorf (1959) elmélete szerint a modern társadalomban már nem a tőketulajdon, hanem a gazdasági hatalom birtokosai állnak a hatalmi hierarchia csúcsán. C. W. Mills (1962 id. Andorka 2006) szerint egy szűk hatalmi elit uralkodott a 20. századi Egyesült Államokban, amelyen belül három csoport különböztetett meg: a vezető politikusok, a hadsereg vezetői, valamint a gazdasági élet vezetőinek és a nagyvállalatok menedzsereinek csoportját.

Az tehát látszik, hogy a gazdasági és hatalmi elit egybefonódásának ideája már korábban is jelen volt a társadalomtudományokban, azonban a gazdasági élet vezetőinek a középkori feudális földesurakkal való összehasonlítása a 21. századi gondolat. Több szerző is felvetette, hogy a Big Data épülő technológiai és gazdasági folyamatok a hatalom, a vagyon és a tudás egyenlőtlen eloszlásához és függőségi viszonyok újratermeléséhez vezet (Casilli 2018). Ugyanakkor a digitális feudalizmus megközelítése szerint az internet térhódításával, egyre nagyobb mértékű felhasználásával és folyamatos fejlődésével a középkori földesurakhoz hasonló technológiai (például Google, Amazon, Facebook stb.) nőttek ki magukat a 21. századi modern kapitalista gazdasági versenyből (van Schewick 2010), amely tech-cégek kontrollt és függőségi viszonyt kívánnak kialakítani felhasználóik körében, akárcsak az egykori feudális földesurak. (Jensen 2020) Az első feudalizmussal történő összehasonlítása a 20-21. századi infokommunikációs világnak a 2000-es évek első évtizedéből való. Grimmelmann (2009) a *Second Life* nevezetű, egykor népszerű virtuális közösségről szóló írásában hasonlította a játékban megjelenő virtuális javak és területek szétosztását, valamint értékesítését az egykor, a feudális rendszerben meghonosult gyakorlathoz. Grimmelmann tanulmányában, a szétosztott virtuális javak rendszerét hasonlította a középkorban megjelenő, lánc-szerű függőségi viszonyhoz, melynek csúcsán általában a király állt és az alján pedig a parasztok és jobbágyok sokasága. Grim-

melmann ugyan csak a Second Life játék kapcsán fogalmazta meg gondolatait, de az ezt követő években a feudalizmussal történő összevetés az újfajta, internetalapú gazdaság egyre szélesebb spektrumát kezdte magába foglalni.

A nagy tech-cégek dominanciájának forrása a platformgazdaság

A 2010-es évektől öt techcég vívott ki magának domináns, vezető gazdasági szerepet: az Apple, a Microsoft, a Facebook, a Google és az Amazon. Ezen cégek gazdasági dominanciájának egyik forrása a platformgazdaság jelenséghez köthető. A gazdaság átalakulását jegyző kortárs szakirodalmak szinte mindegyike a platformokban látja az átalakulás egyik meghatározó pontját, így a jenseni érvelésnek is a platformok és magának a platformgazdaságnak a 21. századi megjelenése az egyik sarkköve. Azonban abban, hogy mit is értünk valójában platform és platformgazdaság alatt, nincs konszenzus a szerzők között.

A platformgazdaság kialakulását a digitalizáció és a platformok létrejötte tette lehetővé. Tágabb értelemben a platformgazdaságban a cégek célja, hogy egy termék vagy szolgáltatás piacán digitális platformok kiépítésével kössék össze a keresletet és a kínálatot. Ez a fogalom a digitális gazdaság vonatkozásában értelmezi a platformokat. A gazdaság azon szegmenseit tekintti platformnak, amelyek teljes mértékben infokommunikációs és digitális technológiákon alapulnak (Makó et al. 2020). Helmond (2015) szűkebb értelemben vett platform-meghatározása szerint a platformok olyan webes felületeket, amelyek képesek felhasználói adatok gyűjtésére és rögzítésére, ezzel teret engedve az újfajta, adathalászon alapuló gazdaság térhódításának (Lomborg – Bechmann 2014). Ez a – Jensen (2020) által is használt – meghatározás már magában hordozza azt a Big Data rendszerek kiépüléséhez köthető gyakorlatot, amely során a cégek áruba bocsájtják a birtokukban lévő, a felhasználók által megszerzett információkat, továbbá azt a folyamatot, amely során az óriáscégek nyomon követik és tárolják felhasználók adatait, valamint szokásait (Gillespie 2010). Az újfajta gazdaság és technológiai innováció olyan új szakaszának tekinthető ez, melyet elsősorban három tényező határoz meg: (1) az adattárolás, -feldolgozás és -lehívás forradalmasítása (Big Data rendszerek kiépülése által), (2) a digitális eszközök gyors terjedése és egymással való összekapcsolódása, valamint (3) az intelligens algoritmusok fejlődése (Staab – Nachwey 2016: 457).

A fogalomhasználattal összefüggésben ugyanakkor megjegyzendő, hogy a platformoknak és cégeknek ágazatspecifikus tulajdonságai is vannak: „a szolgáltatási platformok, mint az Uber, a kliensek és a szolgáltatók közt teremtenek összeköttetést. A termékplatformok, mint az Amazon, sokféle és nagy számú eladót és vevőt kötnek össze, míg az információs platformok, mint például a Google és a Facebook, a végső felhasználókat kapcsolják össze az információforrásokkal, a médiakereséssel, a hírekkel stb.” (Rahman – Thelen 2019: 179, id. Makó et al. 2020: 1116)

Ez az újfajta, adatkinyerésen alapuló gazdasági modell egyre inkább függővé válik az interneten felelhető és begyűjthető adatoktól („data”). Ezáltal létrehozza a platformoknak azt a fajta üzleti modelljét, amelyben az internethasználók („user”) és az általuk szolgáltatott adatok (kapcsolatok és tevékenységek) válnak termékké, ami aztán áruba bocsátható a piacon. (van Dijck – Poell 2013) Ez egyfajta kettős függést eredményez felhasználó és szolgáltató közt. A felhasználók részéről igény mutatkozik a cégek által kifejlesztett technikai újításokra. Másfelől a tech-cégek sem tudnának profitot termelni az eladott termékek és a felhasználók által szolgáltatott adatok nélkül.

A platformgazdaság az internet fejlődésével párhuzamosan vált elérhetővé. A 21. századi internet számos területen sebességben, kényelemben, esztétikában és hozzáférésben felülmúlja néhány évvel, évtizeddel korábbi elődjét. Ez a virtuális felület a sütik („cookies”, azaz a weboldal automatikus beállításai) által válik komfortossá a felhasználók számára, ám ennek a ké-

nyelemnek olyan ára van, amely kihat az adataink biztonságára. Ezek az adatbiztonságunkat érintő kérdések leginkább az adattároló és adathalász sütik működése révén öltönek testet. Ezek a típusú sütik információt gyűjtenek a webhelyeken tapasztalt tevékenységekről, aminek eredményeképpen célzott hirdetéseket céltáblájává teszik a számítógépeket és okoseszközöket. A gazdasági modell működésének jó példája lehet a Google és a Facebook felhasználói fiókjainak működése, melyek ugyan ingyenesek, de a felhasználók a személyes adataikkal „fizetnek” értük, ezek az adatok pedig a cégek alaptőkéjét képezik, mely adatokkal folyamatosan optimalizálják a szolgáltatásaikat és a termelési folyamataikat szervező algoritmusokat. A vezető digitális vállalatok gazdasági tranzakcióik során tehát pénzt és információt egyaránt használnak fizetőeszköz gyanánt (Staab – Nachwey 2016).

Tovább árnyalja a kérdést, hogy az ilyen sütiket generáló szolgáltatók saját adatvédelmi irányelvvel rendelkeznek, és a megszerzett adatokkal gyakorlatilag saját belátásuk szerint cselekedhetnek, a gyűjtött személyes adatok megvásárolhatóvá válnak. Ezek a cégek célzott hirdeteikkel üzleti és politikai célokat egyaránt szolgálhatnak. Ez komoly etikai kérdéseket vet fel, mivel pénzért szinte bármilyen tartalom sugárzása elérhetővé válik különböző cégek és politikai háttérű csoportok számára, mindezt egy olyan évszázadban, amelyben az információ terjedésének sebessége minden eddiginél gyorsabbá vált, ezzel teret engedve az álhírek és szélsőséges nézetek széleskörű terjedésének. A Facebook a platformon megjelenő gyűlöletkeltő tartalmak törlését, blokkolását a jogi szabályozási rendet csak részben követő saját szabályozási keretben végzi (Nagy 2018). Mindez a vásárlási és keresési szokások monitorozásával párhuzamosan történik, így célzottan és személyre szabottan az erre fogékony személyek találkoznak ezekkel a tartalmakkal. Ez a folyamat röviden magába foglalja a felhasználók manipulálását. Ugyan – többek közt – a Facebook is tesz lépéseket az álhírek megfékezésére – például a deepfake⁵ videótartalmak szabályozása és törlése révén, de Facebook mindezek mellett alkalmatlannak bizonyul például az álhírek és egyéb káros tartalmak terjedésének megfékezésében (Fonyó 2020).

Az internet platformizációja

A digitális feudalizmus érvrendszer szerint a platformgazdaságban az adathalászat révén ugyanazon hatásmechanizmusok érvényesülnek szolgáltatók és felhasználók közt, mint egykor a középkorban a földesurak és a földjeiken dolgozó jobbágyság között.

Jensen (2020) az internet „platformizációjának” négy elkülönülő területét különbözteti meg⁶, melyekben a feudalizmus újbóli megjelenésére utaló jeleket vél felfedezni. Jelen fejezetben ezt a négy területet és jellemzőiket ismertetem röviden⁷ a kapcsolódó kritikai megállapításokkal együtt.

A hálózatok és disztribúció irányítása (Control of networks and distribution)

Az elnevezés az információk és a tudás feletti kontrollra utal, amely mindig is kaput nyitott a hatalom irányába a történelem során, elég az egyház középkori omnipotens befolyásrendszerére

⁵ Olyan médiumokra használt kifejezés, amely mesterséges intelligencia vagy a gépi tanulás segítségével manipulált videókra vonatkozik. Valószínűnek tűnnek, és alkalmasak arra, hogy az átlagos felhasználót megtévezzék.

⁶ A hálózatok és disztribúció irányítása (control of networks and distribution), az interfészek ereje (the power of interfaces), app-ifikáció/apposodás (app-ification), a tartalom irányítása (control of the content).

⁷ Jakob Linnaa Jensen (2020: 99–107) nyomán.

gondolni. A 21. században alapvető szerephez jut az információ- és tudásbirtoklás, mint a gazdaság hajtómotorja. A digitális kompetenciák (digital literacy) egyre szélesebb körben való elterjedésével világszerte tovább bővül az internethasználók köre, ezzel további adatok szolgáltatását biztosítva a tech-cégek számára, amelyek hatalmas adatgyűjtő bázisokat (data center) hoznak létre, ezzel biztosítva piaci versenyképességüket. Mivel a cégek által tárolt adatok nagy része privát jellegű, ez etikai problémákat is felvet, amit csak tovább árnyal annak a kérdése, hogy a tárolt adatokat vajon milyen célra használják.

A platformizáció Jensen által megfogalmazott pillérjei közül ez kevésbé köthető a feudális hasonlathoz, viszont erősen kapcsolódik a hálózatokról alkotott ismereteinkhez. A hálózatok bővülésével és a hálózatokon belüli összeköttetések számának növekedésével magának a hálózatnak a piaci értéke is növekszik. Minél kiterjedtebb egy hálózat, annál több pont (felhasználó) szolgáltat adatot és érhető el célzott hirdetésekkel.

Az internet növekedésének és piaci jelenlétének ez a tulajdonsága erősen ellentétes a korábbi technoutópista, libertárius elképzelésekkel, amely szerint minden és mindenki egyenértékű információs jel a világhálón (Turner 2006). A hálózatokon belül azoknak a pontoknak „erősebb a hangja”, vagyis van nagyobb esélyük arra, hogy másokhoz eljuttassák üzenetüket, amelyek sok kapcsolattal rendelkeznek, legyen ez egy sok internetes követővel rendelkező híresség vagy egy olyan szolgáltató, mint a Google⁸ (Barabási 2020).

A hálózatok működésének összevetése a középkori rendiség rendszerével nem szerencsés, mivel különböző apparátus áll mindkét rendszer háttérében. A feudális földbirtokosok alapvetően – néhány kivételtől eltekintve – születési előjogoknak köszönhetően kerültek a hatalmi struktúra felső hányadába. Ezzel ellentétben a feudalizmus leomlását követő kapitalista gazdasági versenyben a szolgáltatók a versenytársakkal szembeni rátermettségüknek köszönhetően kialakuló gravitáló hatás miatt képesek felhasználókat szerezni. Tehát míg a középkorban privilegizált módon történt a társadalom szétválasztása, addig a modernkori kapitalizmus meritokratikus logikát követ. Ettől függetlenül a korábban megfogalmazott aggályok nem veszítenek érvényességükből, de a két rendszer gondolkodásmódja eredendően különbözik.

Az interfészek ereje (The power of interfaces)

A digitális felületek közötti versengés nem újkeletű dolog. Az Apple, amely cég egyszerre gyárt számítógépeket, valamint szoftvereket, és a Microsoft, amely az IBM által gyártott személyi számítógépekhez gyárt szoftvereket, évtizedek óta versengenek a vásárlókért. Az internet elterjedésével ez a küzdelem csak újabb csatornákra lelt. Először a keresőprogramok közötti versenyre tevődött át a harc, majd 2008-tól, az első iPhone megjelenésével az okostelefonok útján folytatódott a küzdelem. Az Apple a saját fejlesztésű digitális eszközök és a csak velük kompatibilis szoftverek, alkalmazások révén saját „univerzumot” hozott létre, ami azt szolgálja, hogy aki egyszer a vásárlójukká vált, az már ne is szakadhasson el a cégtől. Hasonló logika alapján alakítja a Google is a kínálatát. Ők is létrehozták a saját maguk operációs rendszerét Android néven, amit saját gyártmányú programokkal és appokkal áraszthatnak el. A két cég appjai a digitális élet szinte minden területét lefedik, ezzel szinte lehetetlenné téve a függetlenedést.

A jenseni érvrendszer szerint a mai techóriások és felhasználóik ezzel igen erős párhuzamot teremtenek az egykori feudális lordok és alattvalóik között megjelenő hatalmi viszo-

⁸ Barabási (2020) szerint a valódi hálózatokban fellelhető pontok nagyjából azonos számú kapcsolódással rendelkeznek, mellettük azonban vannak olyan más pontok, amelyekhez szokatlanul sok más pont kapcsolódik. Ezeket a pontokat középpontoknak nevezi és eloszlásuk általában hatványfüggvény eloszlást mutat.

nyok között. Hiszen, ahogy a földesurak is gyakorlatilag elvégzett munka nélkül, a jobbágyokat kizsákmányolva fölőzték le a megtermelt javakat, úgy ezek a cégek is egy csapásra áruba tudnak bocsátani olyan információkat, melyeket nem ők termelnek, csupán felhasználják azokat. Az érvelés szerint az újonnan megjelenő digitális gazdaság neo- és technofeudális ívét az adja, hogy miközben a dolgozókat még mindig a régi kapitalista módon kizsákmányolják, addig a legtöbbet a digitális óriások profitálják. A feudális urakhoz hasonlóan nekik is sikerül a globális értéktöbblet hatalmas darabjait kisajátítaniuk anélkül, hogy közvetlenül részt vennének a termelési folyamatokban (Morozov 2022). Azonban sokak szerint ez nem egy újfajta feudalizmus eljövételének, hanem sokkal inkább egy újfajta kapitalizmus (Dean 2014, Staab – Nachtwey 2016, Morozov 2022) vagy információs gazdaság (Lanier 2013) megjelenésének a jele. Ezen érv ellen szólva Morozov (2022) kiemeli, hogy a Google anyavállalataként működő Alphabet Inc. kutatás-fejlesztési kiadásai 2017-ben, 2018-ban, 2019-ben és 2020-ban 16,6 milliárd, 21,4 milliárd dollár, 26 milliárd dollár és 27,5 milliárd dollár voltak. Majd jogosan teszi fel a kérdést, hogy ha mindez nem számít hozzáadott munkának, akkor vajon mi számíthat annak?

App-ifikáció (App-ification)

Az applikációk, avagy appok megjelenése az okostelefonok kialakulásának egyik legjelentősebb lépését tükrözik, az appok ugyanis hidat jelentenek a mobiltelefonhasználat és az internetezés közt. Appokat ma már szinte mindenfajta célra találunk az interneten, melyek kompatibilisek mobiljainkkal és okoseszközeinkkel. Ezek megkönnyítik mindennapjainkat akkor, amikor gyorsan szeretnénk elolvasni e-mailjeinket vagy kíváncsiak vagyunk a várható időjárásra. Azonban ezeket a programokat úgy tervezték, hogy hosszan és direkt módon az internet egy adott pontjára koncentrálja a felhasználó figyelmét, ezzel kitéve az adott személyt mindenfajta egyéb hatásnak is. Ezt jól példázza a játék applikációk megléte, amelyek saját szociális és gazdasági mikro-kozmoszt hoznak létre a felhasználók számára. Általában ezeknek a játékapplikációknak az egészen fiatal generáció a célközönsége, amihez hozzátartozik az is, hogy ingyenesen letölthetőek. Csakhogy egy bizonyos ponton túl fizetőssé válnak és a szülőket terhelik anyagilag. A játékon vagy applikáción belüli képességeket teszik meg árucikkükké ezek a programok. Hasonló logika mentén épül fel nagyon sok, elsősorban felnőtteknek szóló applikáció is, csak a felnőttek esetében, nem egy játékbéli terméket lehet pénzért megvásárolni, hanem a nemkívánatos reklámokat lehet eltüntetni a programokból.

A képernyő előtt töltött idő maximalizálásának sok kreatív módját használják ezek a cégek az appokon belül, melyek révén a képernyő elől való „menekülést” teszik nehezzé. Ennek az időmaximalizálásnak talán az egyik legáltalánosabb változata az üzenetjelző hangok megléte, ami szinte folyamatos figyelmet igényel és a képernyők előtt tartja a felhasználókat. A képernyők előtt eltöltött idő meghosszabbításának sok más módját is alkalmazzák ezek a cégek, például a folyamatosan változó newsfeed-ek, célzott üzenetek, új tartalmak automatikus lejátszása stb. Ezen módszerek működési elve leginkább a kaszinókban lévő játékgépekre emlékeztet, és végső soron szintén a profitszerzés a célja.

Kiemelendő, hogy a platformok és appok működése úgynevezett algoritmusalapú menedzsmenten keresztül zajlik, melyek fő sajátosságai közé tartozik – a már korábban említett – mindenre kiterjedő adatgyűjtés, melyet akár valós időben is nyomon követhetnek és a felhasználók folyamatos, személyre szabott monitorozását is lehetővé teszi (Makó et al. 2020).

Mіндеzen folyamatok ugyanakkor nem csak a feudalizmussal való egybevetés kapcsán kapnak nagy nyilvánosságot. Gyakorlatilag az összes olyan tanulmány középpontjában állnak, amelyek az újfajta gazdaság kialakulásával és természetével foglalkoznak. De nem csak a tudományos diskurzus figyelt fel a téma fontosságára. Ahogy egyre inkább életünk részévé válnak az okoseszközök – minden előnyükkel és buktatójukkal együtt, úgy kezdenek egyre szé-

leőbb tömegek foglalkozni ezzel a tárgykörrel. Jó példa lehet a Netflix médiaszolgáltató és produkciós vállalat *Társadalmi dilemma* (2020) című, dokumentumfilm jellegű műsora, amely a közösségi média veszélyeit körbejárva beszél a témáról. Némiképp ironikus módon, hiszen ugyanezen eszközöket használva próbálják ők is a felhasználóikat a képernyők előtt tartani, valamint az elmúlt időszakban jelentették be a reklámok megjelenését is a szolgáltatói felületükön.

A tudományos diskurzus kapcsolódó tanulmányai közül a feudalista hasonlatnál a kommunikatív kapitalizmus elmélete jóval hitelesebben ragadja meg a platformizáció ezen területét. A kommunikatív kapitalizmus teóriája szerint a 21. századi tőkés felhalmozás egyik fő csatornájává a kommunikatív folyamatok kisajátítása és kizsákmányolása vált. Az elmélet szerint az új gazdasági forma a társadalmi érintkezés során megjelenő interakciókat és szubsztanciát igyekszik pénzszerűsíteni, anélkül, hogy kézzelfogható termék készülne. Ennek köszönhetően nem függ áru- és használati cikkektől. A társadalmi kapcsolatoknak nem öltenek kézzelfogható testet ahhoz, hogy a gazdaság hasznosítani tudja őket (Dean 2014). Ez ugyanakkor nem azt jelenti, hogy az információs technológia a feldolgozóipar helyére lépett volna, se azt, hogy újrafeudalizációnak lennének tanúi.

A tartalom irányítása (Control of the content)

Az internet terjedésével a felhasználókért és a fizető vásárlókért való küzdelem is megkezdődött a digitális világban. Napjaink fogyasztói streaming szolgáltatók, zenei archívumok, online könyvek és megannyi hasonló tartalom közül válogathatnak az online térben. Ezzel párhuzamosan a techcégek is kilépnek a kezdeti üzletágaikból (core business) és új területeket hódítanak meg maguknak. Az Amazon ma már sokkal több mindennel foglalkozik, mint online könyvvásárlás (az online ruhabolttól kezdve a saját streaming szolgáltatóig szinte minden megtalálható a kínálatukban). A Microsoft és az Apple az elektronikai szolgáltatások szinte minden területén fellelhetők. A Google a keresőmotorjaikat használók, a Facebook pedig a közösségi oldal felhasználói által szolgáltatott hatalmas mennyiségű adatot használják fel, mint marketing eszköz.

A felhasználókért és előfizetőkért folytatott versenyben szembeötlő az a jelenség, amely során a nagyvállalatok felvásárolják a versenytársaikat, hogy ekképpen növeljék részesedésüket a piacon. Emellett kibővítik termékportfóliójukat olyan cégek beolvasztásával, amelyek első ránézésre nem tűnnek relevánsnak az adott nagyvállalat alaptevékenysége szempontjából. Ennek köszönhetően a vállalatok kínálati struktúrája mind jobban konvergál, ami egyre inkább izomorf kínálat kialakulásához vezet (Staab – Nachwey 2016).

A tartalom feletti kontroll nem csak az említett öt nagy tech-cég által jelenik meg az online térben. Egy újfajta jelenség jött létre az elmúlt dekádnak során, melyet 'renting economy' (kölcsonzó gazdaság) néven szokás említeni.

Az 1990-es és a 2000-es évek elején hemzsegett az internet a kalózkodólaktól, ahonnan az emberek illegálisan tölthették le a tartalmakat, azonban a 2010-es évek második felére ez jelentősen megváltozott a streaming szolgáltatók színrelépésével. Az online streaming szolgáltatók is – mint a Spotify, a Netflix vagy a HBO – az online tartalmak feletti kontroll révén jutnak nyereséghez, amit egykor, a kalózkodókorában szinte elképzelhetetlennek tartottak. Az előfizetőiket pedig látszólag vonzó ajánlatokkal, minél hosszabb időre próbálják elkötelezni saját cégük mellett, ezzel hosszantartó, biztos jövedelemhez juttatva magukat.

Egykor az volt a jellemző a kapitalista gazdaságra, hogy amit az ember megvásárolt, az valóban a birtokába került. Az utóbbi években ezt a gyakorlatot kezdi felülírni a *renting economy* gazdasági modellje. Egyre szélesebb körben elterjednek az előfizetések, a kölcsönzések, a rövid- és hosszútávú bérletek az egészen kis dolgoktól kezdve (például Mol Bubi: kerék-

párbérlés), a nagyobbakig (például Mol Limo vagy GreenGo autóbérlő rendszerek vagy az Airbnb, amely gyors és egyszerű lakáskölcsönzést biztosít), melyeket már mind applikációval, okoseszközön keresztül irányíthatunk. Jól észrevehető példákkal találkozhatunk a nagy népszerűségnek örvendő felhőrendszerek kapcsán is. Ez azt jelenti, hogy nem magára a készülékre mentjük adatainkat, hanem azokat egy távoli szerver (felhőrendszer) meghajtóin találhatjuk, amiket az online téren keresztül tudunk elérni. Példaként említhető az Apple iCloud, a Microsoft OneDrive rendszere vagy éppen a Dropbox. A leglátványosabban talán mégis a Google használta ki a renting economy által nyújtotta lehetőségeket a tech-cégek közül. A Google egy egész sorozatnyi Chromebook-ot hozott ki, amelyek kisméretű, viszonylag olcsó laptopok voltak erős processzorokkal és csekély tárolókapacitással. Ezeket a gépeket már direkt a felhőrendszerek és a renting economy szellemiségében hozták létre azért, hogy az olcsón megvásárolt gépek árának sokszorosát fizessék ki a felhasználók a tárhelykölcsönzéseknek köszönhetően. Nem mellékesen az így feltöltött adatok révén további profithoz segítve ezzel a céget.

Az éremnek azonban két oldala van. A kölcsönző gazdaságnak pozitív vetületei is vannak, ugyanis gyors és egyszerű megoldást kínál hétköznapi nehézségek megoldására, legyen az utazással, szállással vagy szórakozással kapcsolatosak. Mindazonáltal az sem véletlen, hogy ennek a gazdasági modellnek a gyors terjedése olyan változásokat vont maga után, amikkel a létrehozói a kezdeti időszakban még nem számoltak. Érzékletes példája a jelenség negatív vonulatának az Airbnb és más, gyors ingatlanfoglalást kínáló cégek hatására átalakult ingatlanpiac, amely a helyi lakosság ingatlanvásárlását nehezíti. Ugyan az ingatlankölcsönzés jelensége nem az elmúlt 10 évben alakult ki, de mégis az elmúlt évek során vált a mindennapos élet részévé ez a folyamat.

A gazdaság ilyen irányú átalakulása a technofeudalizmus elméleti keretein belül nagy visszhangot keltett. Azt sugalmazza, hogy jelen századunkban a kölcsönző gazdaság keretein belül jelennek meg az egyik leglátványosabban a középkori földesurakhoz hasonló gazdasági szereplők, mivel a fogyasztók csak bérlik a cégek termékeit és szolgáltatásait. Ezek nem kerülnek a fogyasztó birtokába, viszont ugyanazért a termékért hosszú távon „adóznak”, jellemzően magasabb árat fizetve, mint egy egyszeri megvásárlás alkalmával. Az élet átalakulásának ezeket a területeit nehéz észrevenni, mert a platformgazdaság nem terror vagy fizikai kényszer hatására, hanem önkéntes módon jön létre jelen korunkban. Han (2019) plasztikusan úgy fogalmaz, hogy az önkéntes módon létrejövő kényszer szinte láthatatlanul hajszolja az önkizsákmányolás csapdájába az embereket, ugyanis közben a szabadság illúzióját kelti. Azonban pont ez az önkéntesség az, ami felülírja jelen korunk feudalisztikus mivoltát. A feudalizmusban mind a termelés, mind a rendiség fenntartásának motorja az erőszak volt, míg a kapitalizmusban a motort az jelenti, hogy a dolgozók hol tudják a legjobban kamatoztatni munkaerejüket. Morozov (2022) kemény és kritikus meglátásával élve: a feudalizmustól a kapitalizmus felé haladva a kisajátítás átadja a helyét a kizsákmányolásnak. A feudalizmushoz való visszatérés gondolata erősen túlzónak látszik. A feudalizmus jelentősen különbözik jelen korunk világától, ahol az emberi jogok és a személyi szabadság, minden buktató és akadály ellenére is egyre jelentékenyebben és nyíltabban van színen mindennapjainkban. A modern államok polgárai számára demokratikus jogok sokasága biztosított. Ezzel szemben középkori, feudális alattvalónak lenni annyit jelentett, mint bizonytalan életet élni az önkényes magánhatalomtól való félelemben (Morozov 2022).

Mindez sokkal inkább valószínűsítheti egy újfajta kapitalizmus eljövételét, mintsem egy újfajta feudalizmus megvalósulását. A digitális kapitalizmus elmélete a digitális ellenőrzés terjedését, illetve a digitális gazdaság meghatározó szereplői által alkalmazott szervezeti struktúrákat úgy értelmezi, mint a kapitalista munka terjedésének, nem pedig visszaszorulásának bizonyítékát (Staab – Nachtwey 2016).

Konklúziók és összegzés

Írásomban Jensen (2020) munkásságára alapozva azt az elméletet vizsgáltam, amely a 21. században egyre inkább terjedő platformgazdasági modell és a középkori feudális viszonyok közt von párhuzamot és digitális vagy technofeudalizmus néven ismert.

A hálózatok és az internet mind szélesebb körben való elterjedése, valamint a technológia rohamos fejlődése a gazdaság és a társadalom jelentős átrendeződését eredményezte az elmúlt néhány évtized során. A gazdasági vezető szerep néhány év leforgása alatt a hagyományos, 20. századi nagyvállalatoktól átkerült a digitális és info-kommunikációs gazdaság óriási cégeihez mint az Apple, a Microsoft, a Google, a Facebook és az Amazon. A vállalatok piaci részesezésében bekövetkező változásokat a gazdaság átrendeződésének jeleként értelmezem. A múlt század végén megjelenő technoutópista ideákkal ellentétben ezek a technológiai és infrastrukturális változások nem egy egyenlőbb világ felépítéséhez vezettek, hanem az élet, a munka és a társadalom hálózatos megszervezéséhez és egy újfajta felügyeleti és világrend kiépüléséhez járultak hozzá (Turner 2006).

Az adatipari óriáscégek gazdasági dominanciájának forrása a hálózatosodás (Barabási 2020) és a platformgazdaság a megjelenésében keresendő. Azonban a platformgazdaság fogalmát illetően nincs konszenzus a szerzők között. A különböző definíciók közös pontjának tekinthető, hogy a gazdaság azon szegmenseit tekintik platformoknak, amelyek teljes mértékben infokommunikációs és digitális technológiákon alapulnak. Jensen (2020) digitális feudalizmusról szóló érvrendszerében Helmond (2015) platform meghatározását használja, aki szerint a platformok olyan webes felületek, amelyek képesek felhasználói adatok gyűjtésére és rögzítésére, ezzel teret engedve az adathalászon alapuló gazdaság térhódításának (Lomborg – Bechmann 2014). Ez a meghatározás már magában hordozza azt az eljárást, amely során a cégek áruba bocsájtják a felhasználóikról szerzett információkat, továbbá azt a folyamatot, amely során az óriáscégek nyomon követik és tárolják a felhasználóikról gyűjtött adatokat (Gillespie 2010). E gyakorlat kapcsán Staab és Nachwey (2016) kiemeli, hogy a vezető digitális vállalatok gazdasági tranzakcióik során pénzt és információt is használnak fizetőeszközként. A szerzőpáros továbbá megállapítja, hogy az újfajta gazdaság kialakulását elsősorban három tényező határozza meg: (1) az adattárolás, adatfeldolgozás és -lehívás forradalmasítása (Big Data rendszerek kiépülése által), (2) a digitális eszközök gyors terjedése és egymással való összekapcsolódása, valamint (3) az intelligens algoritmusok fejlődése (Staab – Nachwey 2016: 457). Ez a szinte mindenre kiterjedő adatgyűjtés a technológia fejlődésével és a tech-óriások mindenütt jelenlévő működésével a demokrácia és magánélet egy egészen újfajta, eddig ismeretlen fenyegetését vonja maga után. Ebből következően a platformgazdaság az eddigiéhez képest egy teljesen másfajta gazdasági modellt kínál, hisz úgy látszik, hogy magukból a felhasználókból csinál terméket. Azaz az ingyenesen igénybe vehető kommunikációért és közösségi médiáért a felhasználóknak saját adataikkal kell fizetniük, amiből aztán a cégek hirdetési felületeket tudnak ajánlani reklámozó partnereiknek. A digitális cégek által nyújtott szolgáltatások és kényelem ára az egyén által feláldozott autonómia, a privát szféra és az ezáltal kiadott személyes információk sokasága. A platformizációnak ezt a vetületét a digitális feudalizmusnál a kommunikatív kapitalizmus elmélete jóval hitelesebben ragadja meg. Ezen elmélet szerint az új gazdasági forma a társadalmi érintkezés során megjelenő interakciókat és szubsztanciát igyekszik pénzszerúsíteni anélkül, hogy kézzelfogható termék készülne (Dean 2014). Mindeközben az emberek nagy része vak marad ezzel a jelenséggel szemben, ugyanis általában nem szembesülünk azzal, hogy milyen jelentős mennyiségű személyes információt teszünk közzé nap, mint nap.

Jensen (2020) az internet platformizációjának négy elkülönülő területét – a hálózatok és disztribúció irányítása (Control of networks and distribution), az interfészek ereje (The power of interfaces), app-ifikáció/apposodás (App-ification) és a tartalom irányítása (Control of the

content) – határozza meg, amelyek, elgondolása szerint, a digitális feudalizmus jelenségének kialakulásához vezetnek és a feudális viszonyokhoz hasonló állapotok visszaköszönésében öltöntenek testet. Szerinte ezáltal az átlagos nyugati emberek a tech-óriások képében megjelenő digitális feudális urak alárendeltjeiként jelennek meg.

A 21. század gazdasági vezetői óriási vagyon és hatalom felett diszponálnak, de ez nem csupán a közép- és jelenkori társadalmaink sajátossága, az emberi történelem során mindig jellemző volt. Abban viszont jelentős különbségek mutatkoznak, hogy a hatalmi és társadalmi hierarchia különböző szintjein lévő személyek milyen érdekérvényesítő képességekkel rendelkeznek. A polgári demokráciákban – tehát azokban a rendszerekben, melyekben a példaként felsorakoztatott, krózsuként működő óriásvállalatok megszülettek – mindenre vonatkozó demokratikus jogokat biztosít az állam. Szemben a feudalizmussal, amelynek jogalkotásában születési előjogok és az önkényes magánhatalom volt jellemző, amellyel szemben csak korlátozottan vagy egyáltalán nem volt lehetőségük fellebbezni az alattvalóknak. Ennek értelmében nem a mások által megtermelt anyagi javak kisajátítása folyik jelen rendszerünkben, hanem a rendszer polgárainak kizsákmányolása (Morozov 2022).

Staab és Nachtwey (2016) a leírt folyamatokat – a digitális gazdaság és ellenőrzés terjedését, valamint az alkalmazott szervezeti struktúrák átalakulását – a kapitalista munka terjedésének, nem pedig visszaszorulásának bizonyítékát látják. Munkájuk során, amelyben az Amazon cég által haszonmaximalizálás céljából alkalmazott eszközöket vizsgálták, megállapítják, hogy a digitális vállalatok egymással vívott harcában nem csupán a felhasználók és az általuk szolgáltatott információ, de az emberi munka egyre szofisztikáltabb kizsákmányolása is megjelenik. Éppen ezért nem a feudalizmus újbóli megjelenését vagy a kapitalizmus megszünetését jósolják, érvelésük szerint sokkal inkább arról van szó, hogy a kapitalizmus egyre érettebb módon használja a digitális technológiát profitszerzés céljára, így az általuk használt terminológia digitális kapitalizmus, nem pedig feudalizmus.

Az világosan látszik, hogy a társadalom és a gazdasági profitszerzés átalakulásának vagyunk tanúi évszázadunkban, melyben a digitalizáció elvitathatatlan szerepet játszik. A 21. században a technológia és az internet használata szinte megkerülhetetlen mindennapi életünk során. Ettől teljes mértékben elzárkózni nem érdemes és talán nem is lehet. Ugyanakkor tisztában kell lennünk az internet által nyújtotta szolgáltatások kockázatával, és ennek a tudásnak a birtokában dönteni arról, hogy milyen mértékben szeretnénk az életünket összefonni a digitalizáció által nyújtott lehetőségekkel.

IRODALOM

Andorka Rudolf (2006) *Bevezetés a szociológiába*. Budapest, Osiris Kiadó.

Bell, Daniel (1976) *The Coming of Post-Industrial Society*. Basic Books.
<https://doi.org/10.1080/00131727609336501>

Casilli, Antonio (2018) Létezik-e digitális munkakultúra? *Fordulat*, 23. évf. 1.

Castells, Manuel (2005) *A hálózati társadalom kialakulása*. Budapest, Gondolat Kiadó.

Dahrendorf, Ralf (1959) *Class and Class Conflict in an Industrial Society*. Stanford, Stanford University Press.

Dean, Jodi (2014) Communicative Capitalism and Class Struggle. *Spheres Journal*, Vol. 1., No. 1.

Fonyó Istvánné (2020) Fontos lépést tett a Facebook, hogy kiszorítsa az álhírek egy részét az oldalról. *Tudományos és műszaki tájékoztatás*, 67. évf. 1. sz. 45.

- Gillespie, Tarleton (2010) The politics of “platforms.” *New Media & Society*, 12. 347–364. <https://doi.org/10.1177/1461444809342738>
- Grimmelmann, James (2009) Virtual World Feudalism. *Yale Law Journal Pocket Part*, Vol. 118, p. 126, 2009. NYLS Legal Studies Research Paper No. 08/09 #24, Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=1331602>
- Han, Byung-Chul (2019) *A kiegész társadalma*. Budapest, Typotex kiadó.
- Harvey, David (1991) *Condition of Postmodernity*. Wiley – Blackwell.
- Helmond, Anne (2015) The Platformization of the Web: Making Web Data Platform Ready. *Social Media + Society*. <https://doi.org/10.1177/2056305115603080>
- Jensen, Jakob Linaa (2020) *The Medieval Internet*. Emerald Publishing, United Kingdom.
- Johnston, Stephen (2018) Largest companies 2008 vs. 2018, a lot has changed. Milford Website, January 31. <https://milfordasset.com/insights/largest-companies-2008-vs-2018-lot-changed>
- Lanier, Jaron (2013) *Who Owns the Future?* Simon & Schuster Ltd., USA.
- Lash, Scott – Urry, John (1987) *The End of Organized Capitalism*. University of Wisconsin Press.
- Lomborg, Stine – Bechmann, Anja (2014) Using APIs for data collection on social media. *The Information Society*, 30, 256–265. <https://doi.org/10.1080/01972243.2014.915276>
- Majó-Petri Zoltán (2022) Humán erőforrás, irodai munka, platformgazdaság és értékajánlatok. Mi érdekes és mi fontos a covid utáni kilábalásban? *PRO PUBLICO BONO – Magyar Közigazgatás (a Nemzeti Közszolgálati Egyetem közigazgatás-tudományi szakmai folyóirata)*, 2022/1. 106–117. <https://doi.org/10.32575/ppb.2022.1.6>
- Makó Csaba – Illéssy Miklós – Pap József (2020) Munkavégzés a platformalapú gazdaságban A foglalkoztatás egy lehetséges modellje? *Közgazdasági Szemle*, LXVII. évf., 2020 november. 1112–1129. <https://doi.org/10.18414/KSZ.2020.11.1112>
- Mason, Paul (2016) *PostCapitalism: A Guide to Our Future*. London, Penguin Books.
- Mills, C. Wright (1962) *Az uralkodó elit*. Budapest, Gondolat.
- Morozov, Evgeny (2022) Critique of techno-feudal reason. *New Left Review*, NLR 133/4. <https://newleftreview.org/issues/ii133>
- Moulier-Boutang, Yann (2011) *Cognitive Capitalism*. Cambridge, Polity Press.
- Nagy Krisztina (2018) Facebook files – gyűlöletbeszéd törölve? A közösségi médiaplatformok tartalom-ellenőrzési tevékenységének alapjogi vonatkozásai. *Pro futuro: a jövő nemzedékek joga*, 2018. (8. évf.) 2. sz. <https://doi.org/10.26521/Profuturo/2018/2/4722>
- Piore, Michael F. – Sabel, Charles F. (1984) *The Second Industrial Divide*. New York, Basic Books. <https://doi.org/10.1177/002234338702400213>
- Rahman, Sabeel K. – Thelen, Kathleen (2019): The Rise of the Platform Business Model and the Transformation of Twenty-First-Century Capitalism. *Politics & Society*, Vol. 47. No. 2. 177–204. <https://doi.org/10.1177/0032329219838932>
- Schiller, Dan (1999) *Digital Capitalism: Networking the Global Market System*. Cambridge, Mass., MIT Press. <https://doi.org/10.7551/mitpress/2415.001.0001>

- Staab, Philip – Nachtwey, Oliver (2016) Market and Labour Control in Digital Capitalism. *TripleC*, 14. 457–474. <https://doi.org/10.31269/triplec.v14i2.755>
- Van Dijck, José – Poell, Thomas (2013) Understanding Social Media Logic. *Media and Communication*, 1(1). 2–14. <https://doi.org/10.17645/mac.v1i1.70>
- van Schewick, Barbara (2010) *Internet architecture and innovation*. Cambridge, US, MIT Press. <https://doi.org/10.7551/mitpress/7580.001.0001>