

KORKÉP AZ ONLINE ÓRIÁSPLATFORMOK ÉS KERESŐPROGRAMOK PROBLEMATIKÁJÁRÓL

dr. Joó Patrik Zsolt

Doktorandusz, Pécsi Tudományegyetem Állam-és Jogtudományi Doktori Iskola

A szerző elérhetősége: drjoopatrik@gmail.com

DOI: [10.47272/KIKPhD.2024.3.3](https://doi.org/10.47272/KIKPhD.2024.3.3)

ÖSSZEFOGLALÓ

A digitális gazdaságot uraló online óriásplatformok megkerülhetetlenül megjelennek az átlagember hétköznapijait mellett, a politika, a jog és a kultúra színpadán egyaránt. A „tech sztárok” és monumentális cégek, felemelkedése és működése körüli hősi mítosz felszíne alatt, a szabadversenyt gáncsoló, offshore hálózatokkal, tömeges felvásárlásokkal és részvénytőzsi manipulációval operáló aktorok találhatók. Jelen tanulmány az ezzel kapcsolatos problémák elemzésére törekszik.

KULCSSZAVAK

Online óriásplatformok, nagyon népszerű keresőprogramok, digitális kapitalizmus, duo-és monopólium, offshore, megfigyelési kapitalizmus

I. Fogalom és tipizálás

33

1. Online platformok

Az online óriásplatformok és nagyon népszerű keresőprogramok fogalmi meghatározásához elsősorban tisztázni szükséges az ezeket magában foglaló online platform fogalmat. Ez nem egy egyszerű feladat, mivel a megnevezés magában foglalja az interneten elérhető, funkcióban és használatban egyaránt eltérő szolgáltatási típusok és variációk sokaságát.¹ Az online platform kifejezésbe beleértendők az olyan különféle formában és méretben létező platformok,² mint a keresőmotorok (Google, Bing), a közösségi média felületek (Facebook, X) a piacterek (Amazon, Ebay, Alibaba), a kreatív tartalomszolgáltatók (TikTok), az alkalmazásáruházak, a blogok és még sok más típusú online felület.³ A platform tipizálásnak rengetegféle megközelítése létezik – funkció, felhasználói interakció, monetizációs modell, földrajzi fókusz vagy technológiai megvalósítás alapján történő –, amelynek oka részben abban rejlik, hogy különböző célokat különböző

¹ Ld. a fogalom meghatározási problémákra: Hohmann, Balázs: A Digital Services Act és a Digital Markets Act termékekre és digitális szolgáltatásokra irányuló fogyasztói jogviszonyokat érintő rendelkezései. *In Medias Res* 12(2), 2023. 70. o. <https://doi.org/10.59851/imr.12.2.4>

² A Bizottság közleménye az Európai Parlamentnek, a Tanácsnak, az Európai Gazdasági és Szociális Bizottságnak és a Régiók Bizottságának: Online platformok és a digitális egységes piac Lehetőség kihívás Európa számára, COM (2016) 288. 2. pont.

³ OECD: What is an “online platform”? *An Introduction to Online Platforms and Their Role in the Digital Transformation*, OECD Publishing, Paris, 2019. <https://doi.org/10.1787/19e6a0f0-en>

féleképpen érdemes megközelíteni. Az utóbbi évek két nagy európai rendeletében is eltérő megközelítést találunk. Amíg a Digitális Szolgáltatásokról szóló rendelet (továbbiakban: DSA) a digitális szolgáltatások működését és a felhasználók védelmét szabályozza,⁴ addig a Digitális Piacokról szóló jogszabály (továbbiakban: DMA),⁵ a digitális piacokon folyó versenyt felügyeli, és többek között a nagy cégek monopolhelyzetét igyekszik keretek közé szorítani. A variációk sokasága közül, érthetősége és átláthatósága okán, a dr. Papp János Tamás funkcionális eltérések oldaláról megközelített felosztását veszem alapul:

1. ábra: Funkcionális platform tipizálás



Forrás: Papp János Tamás: *A közösségi média platformok szabályozása a demokratikus nyilvánosság védelmében*. Egyetemi doktori disszertáció. Budapest, Pázmány Péter Katolikus Egyetem, 2021. 15. o.

Az ábrát látva, felmerül a kérdés, hogy milyen definícióval fedhető le ez a sokrétű és szerteágazó online tér variáció. Zódi Zsolt a következő fogalommeghatározást adja: az online platformok „*olyan weboldalak, amelyek embereket és más embereket vagy erőforrásokat kapcsolnak össze algoritmusokkal vezérelt adatfolyamok segítségével, és amelyekhez kellően nagy számú felhasználó csatlakozott abhoz, hogy társadalmi hatásuk mérhető legyen*”.⁶ Ezt kiegészítve José Van Dijck a platformok közös elemeiként kiemeli, hogy hardveres infrastruktúrára alapulnak, működésük motorját

⁴ Az Európai Parlament és a Tanács 2022. október 19-i (EU) 2022/2065 Rendelete a digitális szolgáltatások egységes piacról és a 2000/31/EK irányelv módosításáról

⁵ Az Európai Parlament és a Tanács 2022. szeptember 14-i (EU) 2022/1925 Rendelete a digitális ágazat vonatkozásában a versengő és tisztességes piacokról, valamint az (EU) 2019/1937 és az (EU) 2020/1828 irányelv módosításáról

⁶ Zódi Zsolt: *Platformok, robotok és a jog*. Gondolat, Budapest, 2018. 103. o.

főleg a felhasználók által létrehozott adat tömeg képezi,⁷ azokat üzleti modellek alapján meghatározott tulajdonviszonyok formalizálják, és felhasználói szerződések irányítják.⁸ Továbbá közös jellemzőjük, hogy az adott platformon végbemenő folyamatok és szolgáltatások, algoritmusok – a platform lelkének tekinthető speciális, az adott platform tevékenységi körébe tartozó kódhalmazok – felhasználásával történnek. Ilyen algoritmusok végzik a Google indexelését, keresését és rangsorolását, ilyenek kezelik a Facebook hírfolyamát, az online boltok ajánlóit, a taxi, a szállás és a szolgáltatásközvetítők kereslet-kínálat összepárosítását is.⁹

2. Online Óriásplatformok

A 2000-es évek elején gombaként növvő platformok nagy része, a 2002-es „dotcom-buborék” következményeként hamar el is tűnt, viszont a megmaradtak közül páran, egyre nagyobb-és nagyobb teret hódítva, bizonyos esetekben a szabadpiac és a politika fölé növe, megkerülhetetlenné, úgynevezett kapuőrökké („gatekeeper”) váltak.¹⁰ A DSA részben erre reagálva, a legfontosabb újításai között létrehozott két új többletkötelezettségekkel rendelkező platformfajtát, az „óriásplatform” (very large online platform, VLOP) és a „nagyon népszerű online keresőprogram” (VLOSE) kategóriákat.¹¹ Ezek olyan platformok ¹²,*amelyek havonta átlagosan legalább 45 millió, a szolgáltatást aktívan igénybe vevővel rendelkeznek az Unióban.*¹³ A DMA (3) bekezdésében a kapuőrökről úgy ír, hogy azok a „szolgáltatásaikon keresztül sok üzleti felhasználót képesek sok végfelhasználóval összekapcsolni, ami viszont lehetővé teszi számukra, hogy az előnyeiket – mint például a nagy adatmennyiségekhez való hozzáférésüket – átvigyék az egyik tevékenységi területről a másikra. Néhány ilyen vállalkozás a digitális gazdaságban teljes platform- ökoszisztémák felett gyakorol irányítást, és a meglévő vagy új piaci szereplők strukturális szempontból rendkívül nehezen tudnak velük versenyre kelni, bármennyire innovatívak és hatékonyak legyenek is ezek a piaci szereplők.”¹⁴

Írásomban a DMA (3) bekezdésének megfogalmazásában említett, teljes platform- ökoszisztémákat leuraló vállalkozásokkal, különösen az Amazon, Facebook (Meta) és a Google (Alphabet)¹⁵ gigacégek triumvirátusával, azok piaci

⁷ Van Dijck, José Van – Poell, Thomas – De Waal, Martijn: *The platform Society. Public Values in a Connective World*. Oxford, Oxford University Press, 2018. 9. o. <https://doi.org/10.1093/oso/9780190889760.001.0001>

⁸ Van Dijck, 2018, i.m. 9. o.

⁹ Zódi, 2023, i.m. 63. o.

¹⁰ *Digital Markets Act: Commission designates six gatekeepers.* https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_23_4328 (2024.12.31.)

¹¹ Kis Kelemen Bence – Hohmann Balázs: Is There Anything New Under the Sun? A Glance at the Digital Services Act and the Digital Markets Act from the Perspective of Digitalisation in the EU. *Croatian Yearbook of European Law and Policy* 19(1), 2023. 225-248. o. <https://doi.org/10.3935/cyelp.19.2023.542>

¹² Zódi, 2023, i.m. 186. o.

¹³ DSA 5.szakasz 33.cikk (1) bek.

¹⁴ DMA (3) bek.

¹⁵ 19 óriás: kijelölték a legnagyobb online platformokat és keresőmotorokat. <https://onlineplatformok.hu/cikk/19-orias-kijelolték-a-legnagyobb-online-platformokat-es-keresomotorokat> (2024.11.11.)

helyzetével, működésével és társadalomra gyakorolt hatásával kapcsolatos részproblémákra helyezem a hangsúlyt.

Ezzel részben alátámasztva az Európai Unió által alkotott rendeletek szükségességét, részben megalapozva egy jövőbeli dolgozatnak, ami kifejezetten az egyes problémákra adott válaszok sikerességét kívánja majd taglalni.

II. Korkép

1. A posztfordizmus zaja

Az internet forgalmának túlnyomó részét a 2010-es évek elejétől az online platformok generálták, így mára már közhely, hogy a különféle típusú életünket megkönnyítő – és paradox módon egyszerre komplikáltabbá tevő – technológiai vívmányok, átszövik az átlagember mindennapját. Kevés olyan része maradt az életnek, amit nem „fed le” valamilyen applikáció. Az online tevékenységek sokaságának, (csevegés, megosztás, kommentelés, ismerkedés, keresés, vásárlás, zenehallgatás, videónézés) lehetőségét megteremtő platformok, „olyan rendszert rejtenek, amelynek logikája és működése több a folyamat megkönnyítésének látszatánál. Ezek valójában aktívan formálják az életünket és a társadalom szerveződését.”¹⁶ Az online látott videók, cikkek, képek is többek pusztán szórakoztató vagy érdekes tartalmaknál. Ezek sokszor tudatalatt hatnak ránk és formálják a gondolkodásunkat, világlépünket, valamint ahogy azt Albert Bandura feltárta –a Tanzániában vetített szappan operákon keresztül¹⁷,– a TV-ben (igaz ez az online térre is) látott tartalmak, műsorok élet értelmezési narratívákat adnak és viselkedési mintákat szabnak meg. Ez működhet a társadalom számára kedvezően – mint az Bandura esetében is történt a HIV vírus elleni védekezés kapcsán –, és természetes működhet destruktív, butító módon is. Az internet túlnyomó része mára már olyan hulladék – szebb szóval zaj – ami szennyezi a fogyasztó elmélyét. A posztfordizmus korára jellemző e mellett, hogy „*nő a dolgozók kiszolgáltatottsága, amit az is jelez, hogy egyre kevesebben vannak, akik élesen el tudják választani a munkát és a magánéletet. Még álmunkban is kísért a Tőke, mondja Fisher; egybeolvad az üzemsarnok és a nappali, állapítja meg Han.*”¹⁸ A korlátlan, tudatosságot mellőző, zsigeri ingerekre ható, emésztetlen tartalomfogyasztásnak és a céges világ által sokakra erőltetett munka függőségnek (divatosan „hustle culture”) meg is van az ára. Súlyos boldogtalanság, figyelem-és önképzavar, valamint tömeges, stressz okozta betegségek, mint a kiégés és depresszió¹⁹ burjánzik a nyugati társadalmakban. Sajnos megfigyelhető a

¹⁶ Van Dijk, 2018, i.m. 9. o.

¹⁷ Smith, Deborah: The theory heard round the world. *Monitor on Psychology* 33(9), 2002. 30-32. o. <https://doi.org/10.1037/e301142003-030>

¹⁸ Barcsi Tamás – Diósi Szabolcs: Hasznos test, divídium, nyersanyag. A felügyelő társadalomtól az (ön)ellenőrző és megfigyelési kapitalizmusig. *Magyar Filozófiai Szemle* 2022/3. 181.o.

¹⁹ Karim, Fazida, et al: Social media use and its connection to mental health: a systematic review. *Cureus* 12(6), 2020. 3.o. <https://doi.org/10.7759/cureus.8627>

szolidáris és a közösségi cselekvés válsága, ami többek között abban is mutatkozik²⁰, hogy a – a neoliberális kapitalizmus rendszerének természetéből fakadó – rendszerszintű problémák megoldása (mint a társadalmi leszakadások, klímaváltozás, elérhetetlen ingatlanárak, minőségi mentális és fizikai egészségügy, valamint a folyamatos munkakényszer) az egyénekre hárítódik, akik a milliókat érintő helyzetet „egyéni szociális problémaként” igyekeznek kezelni.²¹

2. Az online szólás kormányzói

A 2024-es adatok szerint, a világ lakosságának 62.3 % használ közösségi médiát, az átlagos napi fogyasztás pedig 2 óra 23 perc.²² Papp Gábor szavaival élve „ők lettek az online szólás kormányzói”. Az adott platform tulajdonlásához az azon folyó tartalmak feletti kormányzás társul, ami óriási társadalmi felelősséggel jár. Ezek a platformok átalakítják az információáramlás és a tájékozódás korábbi módozatait, amely folyamat nem nyugodtabb, jól értesült polgárokból álló közösségekhez vezetett, hanem az elsőkélyesült, végletekig polarizált tömeghez. Kontrolljuk kiterjed arra, hogy ki, hogyan, és mit mondhat vagy közvetíthet a nyilvánosság számára, valamint képesek nyíltan vagy rejtetten („shadowbanning”)²³ cenzúrázni, törölni az információkat, ezzel eldöntve, hogy mit, és mit nem láthatnak a felhasználók²⁴. A szolgáltatásaik alkalmasak felhasználóik akár aktív navigálással történő manipulálására, és – mivel a rendelkezésükre álló, szinte korlátlan anyagi forrásokból kétségtelenül kiváló minőségű szolgáltatásokat képesek nyújtani – piaci monopóliumra törnek.²⁵

III. Monopol– és Oligopol valóság

A sarki kis boltoknál és a piaci virágárosoknál talán még igaz, de a komolyabb tényezőjű cégek esetén nem, vagy alig érvényesül a neoklasszikus közgazdaságtan Adam Smith-i, vállalkozók közötti szabad verseny képe,²⁶ amelyben a piaci szereplők azért versenyeznek, hogy a fogyasztók igényeit a lehető legjobban

²⁰ Fenyvesi Balázs: *Miért veszélyes a teljesítményelv kiterjesztése életünk minden részére?*. <https://merce.hu/2021/07/03/miert-veszelyes-a-teljesitmenyelv-kiterjesztese-letunk-minden-reszere/> (2024.12.31.)

²¹ Éber Márk Áron: *Kiégésre neveljük gyermekeinket?*. <https://merce.hu/2023/02/28/kiegésre-neveljuk-gyermekeinket/> (2024.12.31.)

²² Chaffey, Dave: *Global social media statistics research summary May 2024*. <https://www.smartinsights.com/social-media-marketing/social-media-strategy/new-global-social-media-research/> (2024.12.31.)

²³ Fowler, Geoffrey A.: *Shadowbanning is real: Here's how you end up muted by social media*. <https://www.washingtonpost.com/technology/2022/12/27/shadowban/> (2024.12.31.)

²⁴ Papp, 2021, i.m. 27.o.

²⁵ Koltay András: *Trump elnök Twitter-fiókja és a szabadság halványodó amerikai álma*. <https://index.hu/velemeney/2021/01/18/trump-elnok-twitter-fiokja-es-a-szabadsag-halvanyodo-amerikai-alma/> (2024.12.31.)

²⁶ Pogácsa Zoltán: *Van-e extraprofit? Mi egyáltalán a profit?*. <https://merce.hu/2022/06/11/van-e-extraprofit-mi-egyaltalan-a-profit/> (2024.12.31.)

kielégítsék és ami szerint a piaci „láthatatlan kéz” elrendezéséből következően, végső soron állami beavatkozás nélkül mindenki számára előnyös megoldások születnek. Korunk valósága ehhez képest az, hogy a „létező kapitalizmust oligopóliumok és az azokat tulajdonló oligarchák által megvásárolt állam jellemzi.”²⁷ A mára kialakult erőteljes piaci koncentrációt pedig „magasabb árak, kevesebb startup-vállalkozás, alacsonyabb termelékenység és alacsonyabb bérek, magasabb jövedelmi egyenlőtlenség, kevesebb beruházás és a kisvárosok elszorodása”²⁸ jellemzi.

Példának véve a világ vezető gazdasági és katonai erejét, az USA-t, ahol megfigyelhetően alig egy-két szereplő határozza meg az adott iparágakat. A szénsavas üdítőitalok terén a Coca-Cola és a PepsiCo dominál, a gyorsposták esetében az UPS és FedEx szinte az egyedüli opciópáros, míg a bankkártyáknál túlnyomórészt a Visa és Mastercard jöhetnek szóba. ²⁹ Pogátsa Zoltán közgazdász szerint „nem csak a reálgazdaság oligarchikus, hanem az azt birtokló pénzügyi világ is”³⁰. Ezt igazolja a tény, hogy öt intézményes befektető – a Black-Rock, a Vanguard, a State Street, a Fidelity és a JP Morgan – tulajdonolja, például az S&P500 vállalati részvényeinek 80%-át³¹. A digitális érában is hasonló a helyzet, ahol a „geopolitikai színtéren a világ sikeres online társadalmi és gazdasági forgalmát lebonyolító cégek terén, megfigyelhető egy Kína (Tencent, Alibaba, Baidu és JD.com) - USA („big five tech giants” vagy GAFAM: Google, Amazon, Facebook, Apple és Microsoft³²) között feszülő kétpólusú felállás. Jelenleg e téren az USA felé lejt a pálya,³³ hiszen napjaink legnépszerűbb portálja a Facebook, amit szorosán követ a YouTube, azt pedig az Instagram, a WhatsApp, a TikTok,³⁴ és a Messenger. (Azaz a világ hat legnépszerűbb közösségi oldalából négy a Meta amerikai gigacég kezében van). Mark Zuckerberg a 2010-es évek elején úgy fogalmazott, hogy „sok szempontból a Facebook inkább egy kormány mintsem egy vállalat. Hatalmas közösségünk van és minden más technológiai cégnél több szabályt alkalmazunk.”³⁵A social network-szolgáltatók területén a Facebooknak nagyjából 80%-os a súlya, míg a keresőmotorok esetében a 38 milliárd dolláros éves bevétellel rendelkező Google – ami csupán az Alphabet cég egy komponense – hegemonként szolgáltatja az internetes keresések 90%-át. Társadalmi szinten megszoktuk már, hogy ha valaminek utána akarunk nézni akkor a Google-hoz nyúlunk („Google a barátod”),

²⁷ Pogátsa Zoltán: *A Globális elit*. Budapest, Kossuth, 2022. 39. o.

²⁸ Tepper, Jonathan – Hearn, Denise: *The Myth of Capitalism: Monopolies and the Death of Competition*. New Jersey, Wiley, 2018. 37. o.

²⁹ Pogátsa, 2022, i.m. 36. o.

³⁰ Pogátsa, 2022, i.m. 37. o.

³¹ Tepper – Hearn, 2018, i.m. 202.o.

³² Zódi, 2023, i.m. 20. o.

³³ Van Dijck, 2018, i.m. 26. o.

³⁴ Ankit Vora: *The 20 Most Popular Social Media Platforms*. <https://backlinko.com/social-media-platforms> (2024.12.31.)

³⁵ Kirkpatrick, David: *The Facebook Effect. The inside story of the company that is connecting the world*. New York, Simon & Schuster, 2011. 254. o.

ha meg valakivel fel akarjuk venni a kapcsolatot akkor őt a legnagyobb eséllyel a Facebookon találjuk, és sorolhatnám. Ezeknél a platformoknál a teljes árukapcsolás („moat effektus”)³⁶ létrejött, aminek a következménye, hogy az emberek többsége nem fog tudatosan alternatívát keresni.

IV. „A jéghegy alja”

1. A kezdet

Kezdeti gondolataim alapján, a fejlett világ legismertebb „sztár tech” vállalkozói vagy más néven „Big Tech oligarchái”, tisztán és pusztán a zsenialitásuk okán gazdagodtak meg, valamint, hogy az a vállalat kerül a csúcsra, amelyik a jobb, hasznosabb technológiával rendelkezik.³⁷ Kimutatható, hogy az esetek nagy részében nem az nyer, amelyik a jobb technológiát vagy terméket nyújtja, hanem az, aki több tőkét tud szerezni maga mögé, és/vagy hatékony lobbierőt a megfelelő politikai döntéshozóknál. Jonathan Tepper kutatásában kimutatta, hogy a lobbizásra legtöbbet költő cégek volt, hogy évente öt százalékponttal verték meg az S&P500 tőzsdeindex eredményét.³⁸ Az ebből befolyó összegből pedig körforgásszerűen tehetik ezt meg újra és újra, ezzel is csökkentve a potenciális versenytársak esélyeit. A mindenki által ismert óriásplatform gigacégek, kockázati tőke társaságok általi megfinanszírozással, agresszív árazással, szisztematikus versenytársi eliminálással és tömeges felvásárlással – az Alphabet 258, a Meta Platforms 100 az Amazon pedig eddig 114 vállalkozást vásárolt fel³⁹ – váltak konkurenseik megkerülhetetlen infrastruktúrájává.⁴⁰ Az Amazon csupán a rajta lebonyolódó tranzakciókból, nagyobb összegű jutalékot (75 milliárd dollárt) képes realizálni, mint amennyit a magyar állam a költségvetési főösszegéből (65 milliárd). Nem volt ez mindig így. A részvényt piacon gyakori eset, hogy az adott cég valós értéke és a részvény ára – általában a céget körül lengő rajongói felhajtórő („hype”) vagy az 1982-ig tiltott cégek saját részvényfelvásárlása („buyback”) hatására – radikálisan elválnak egymástól.

Két példa erre, hogy „*az Amazon 1997-ben ment tőzsdére, 18 dolláros kibocsátási részvényárral, amely 2000-ra 100 dollár fölé nőtt. Történt ez annak ellenére, hogy a cég folyamatosan veszteséges volt.*”⁴¹ A Tesla részvénye pedig éveken át úgy emelkedett, hogy a cég alapvetően nem volt nyereséges. Az csupán 2020-ban könyvelhetett el kisebb nyereséget mindeközben az árfolyama – botokkal való manipulálással ⁴²ugyan de –

³⁶ Chris Gallant: *How an economic Moat provides a competitive advantage.* <https://www.investopedia.com/ask/answers/05/economicmoat.asp> (2024.12.31.)

³⁷ Pogátsa, 2022, i.m. 8. o.

³⁸ Tepper, 2018, i.m. 189. o.

³⁹ Shale, Thomas: *Timeline of Amazon's Biggest Acquisitions.* https://www.feinternational.com/blog/timeline-of-amazons-biggest-acquisitions?utm_source=chatgpt.com (2024.12.31.)

⁴⁰ Zódi, 2023, i.m. 23. o.

⁴¹ U.o.

⁴² Pogátsa, 2022, i.m. 76. o.

megnyolcszorozódott.⁴³ Az amerikai álmot hajtó Tesla rajongók között nem egy széleskörűen ismert tény, hogy Elon Musk az induláshoz az amerikai államtól közel 500 milliót támogatást kapott, ami nélkül feltehetően el sem tudott volna indulni.⁴⁴

A Google két korai nagy sikerű projektjében a YouTube-ban és a Google Books-ban közös pont, hogy mind a kettő indulásakor durván sértette a szerzői jogokat. A Google Books projektben előzetes engedélykérés nélkül kezdték el a kiadói jogokkal védett könyvek millióinak szkennelését. A YouTube esetében pedig figyelmen kívül hagyva a kiadói jogokat, az ezeket sértő felhasználói tartalmakat csak késve és vonakodva távolította el.⁴⁵ Az ellene folyó perek alatt a Google gazdasági szerepe olyan akkorára nőtt, hogy végül a bíróság „fair use”-nak minősítette a cég magatartását.⁴⁶ A YouTube is akkorára nőtt, hogy a nagy tartalom-előállítók számára kikerülhetetlen lett. A kérdés mindkét esetben az, hogy nőhetett volna-e a Google ekkorára, ha a kezdetekor nem sérti meg szisztematikusan a kiadói jogokat.⁴⁷

A „Big tech oligarcák” szűk körének kialakulására jellemző (Peter Thiel, Jeff Bezos, Elon Musk, Mark Zuckerberg), az egymás körbefinanszírozása, a többi feltörekvő piaci helyzetének szisztematikus ellehetetlenítése majd azok felvásárlása. Mark Zuckerberg-nek a kockázati tőkés Peter Thiel (Paypal alapító) –aki szerint „*a verseny a vesztesékeknek való*” – adta a legnagyobb összeget, ami különösen fontos volt ahhoz, hogy a sok tízezer hasonló kezdeményezés közül éppen a Facebook váljon hegemónná.⁴⁸ A Jack Dorsey féle Twitterhez pedig többek között Jeff Bezos nyújtott nagy mennyiségű tőkét és sorolhatnám. Persze a gazdasági verseny kereteibe sok minden beleférhet. Ami tovább árnyalja a képet, hogy a segítők között gyakran megjelennek orosz oligarchák, kínai nagyberek és az Uber esetében a szaúdi koronaherceg Mohammed bin Szalmán bőkezű finanszírozása is. Azé az úriemberé, aki még 2018-ban, a róla kritikus cikkeket író USA-ba disszidált, újságíró feldaraboltatásáról vált hírhedtté.⁴⁹

2. Adóelkerülés

A tisztességes verseny felszámolása és korlátozása mellett, további probléma hogy a dollármilliárdokat kereső Big Tech cégek esetében „az adóelkerülés nem marginális ügyeskedés, hanem főáramú eljárás.”⁵⁰ A 2020-as járványidőszakban négy fal közé szorult emberek többnyire online vásároltak, ami az Amazon egyik legjobb üzleti évét és Jeff Bezos átmeneti Forbes lista első helyét eredményezte, úgy, hogy

⁴³ U.o. 95.o.

⁴⁴ U.o. 85.o.

⁴⁵ Auletta, Ken: *Googled. The End of the World As We Know It*. London, Virgin Books. 2010. 152 -155. o.

⁴⁶ Raquel Xalabarder: Google Books and Fair Use: A Tale of Two Copyrights. *Journal of Intellectual Property, Information Technology and Electronic Commerce Law* 5(1), 2014. 53–59. o.

⁴⁷ Zódi, 2023, i.m. 27. o.

⁴⁸ Pogátsa, 2022, i.m. 72. o.

⁴⁹ Kiss Soma Ábrahám: *Hasogdzt élve darabolták fel.* <https://merce.hu/2018/10/17/hasogdzt-elve-daraboltak-fel/> (2024.12.31.)

⁵⁰ Pogátsa, 2022, i.m. 31. o.

mindeközben a hivatalosan az ír adóparadicsomban bejegyzett cég egyetlen cent profitot sem jegyzett és így egyetlen cent nyereségadót sem fizetett.⁵¹ A Tax Justice Network szakértői csoport 2020-as adatai szerint évente mindösszesen 427 milliárd amerikai dollárt kerülnek el a cégek és tulajdonosaik a világon adóparadicsomokon („tax haven”) és offshore központokon keresztül.⁵² Baljós előrejelzéseik szerint nagyjából 4.8 trillió (ami a már alpból is felfoghatatlan billió milliárdszorosat jelent) dollárnyi adó összeget veszítenek el bizonyos országok az elkövetkezendő 10 évben ha ez így megy tovább.⁵³ Gabriel Zucman a „Hidden Wealth of Nations” című könyvében két fő adóelkerülési módszert jelöl meg. Az egyik az offshore, aminek a lényege, hogy az adott vállalat a tevékenységeit vagy nyereségét olyan országban végzi, ahol kedvezőbbek az adófeltételek (Svájc, Luxemburg, Kajmán szigetek, Egyesült Királyság és a Brit Virgin szigetek, Hollandia). Például, ha egy cég leányvállalatot alapít egy olyan országban, ahol alacsony vagy nulla a társasági adó, akkor az ottani leányvállalat nyereségét minimális adóval tudja elérni. A másik megoldási mód a transzferárazás. Ez olyan folyamatot takar, amikor egy több országban regisztrált telephelyekkel, leányvállalatokkal rendelkező vállalatcsoport, saját maga állapítja meg a telephelyek közötti kereskedelem árait, amivel optimalizálhatja az adófizetést úgy, hogy több profitot mutat ki abban az országban, ahol alacsonyabb az adókulcs.⁵⁴ A másik mód erre, hogy a magasabb adókulcsos ország leányvállalata – minimalizálva a nyereséget – alacsony áron vásárolja az adott szolgáltatást vagy terméket az alacsonyabb adókulcsú országban üzemelő testvérvállalatától. Ezek ma általános gyakorlatnak számítanak a multinacionális cégek körében, amit elősegít, hogy a világkereskedelem több mint 60%-a saját hálózataikon belül folyik.⁵⁵ Nem ártalmatlan, következmény nélküli pénzszerzési folyamatokról beszélünk. Ezen nyereszkesedő és a „*krónikus még szindróma tüneteit mutató*” működés azzal jár, hogy számos ország gigantikus összegeket veszít az államkasszából.⁵⁶ Másrészt, a könnyen befolyásolható adóparadicsomok létezésükkel adó versenyt és zsarolási potenciált jelentenek a többi nemzetállammal szemben, így idővel ott is szükségszerűen elérhetővé válik az adócsökkentés és a dereguláció. Harmadrészt pedig a fejlesztési pénzek többszörösének elszivárgásán keresztül ellehetetlenítik a harmadik világ és az egyéb feltörekvő országok felzárkózását.⁵⁷ Cinikusan de annál keserűbben jegyzem meg, hogy talán ezen nem

⁵¹ Pogátsa, 2022, i.m. 95. o.

⁵² *The State of Tax Justice 2020*. <https://taxjustice.net/reports/the-state-of-tax-justice-2020/> (2024.12.31.)

⁵³ *The State of Tax Justice 2023*. <https://taxjustice.net/reports/the-state-of-tax-justice-2023/> (2024.12.31.)

⁵⁴ Zucman, Gabriel: *The Hidden Wealth of Nations: The Scourge of Tax Haven*. London, The University of Chicago Press, 2015. 103. o. <https://doi.org/10.7208/chicago/9780226245560.001.0001>

⁵⁵ Pogátsa, 2022, i.m. 24. o.

⁵⁶ Tóth Csaba Tibor: *Kiszámolták, mennyi adót kerülnek el a leggazdagabbak évente az adóparadicsomok segítségével* <https://merce.hu/2020/11/29/kiszamoltak-mennyi-adot-kerulnek-el-a-leggazdagabbak-evente-az-adoparadicsomok-segitsegevel/> (2024.12.31.)

⁵⁷ *Facebook, Google and Microsoft 'avoiding \$3bn in tax in poorer nations*. <https://www.bbc.com/news/business-54691572> (2024.11.14)

is kívánnak olyan gyorsan változtatni, amióta a magas hozzáadott értékű munkán kívüli alantasabb főleg fizikai tevékenységeket (pl: a technológiai cikkekhez alapvető szükségű kobalt kibányászása vagy az Apple termékek összeszerelése) potom pénzért kiszervezték olyan harmadik világbeli országokba, ahol az EU-s munkavédelmi irányelvek, sőt még az egyéb alapvető tabuk, mint a gyermekmunka tilalma sem adott.⁵⁸

3. A felhasználó, mint kiszolgáltattott termék

A technooptimisták azon kijelentésével szemben, hogy a technológiai fejlődés mindenkit felemel, Daron Acemoglu és Simon Johnson azzal érvel, hogy a „haladás soha nem automatikus. Korunk haladása is – ahogy történt ez az ipari forradalom kezdetén is, a vasútépítéssel vagy a Charles Dickens-i gyárkörülmenyekkel – egy szűk vállalkozói és befektetői csoportot gazdagít, miközben az emberek többsége hátrányos helyzetbe kerül, és alig profitál az újításokból.⁵⁹ Vegyük például azt, hogy a felhasználók tömege – azaz több mint az emberiség fele, – be van szorulva ezekbe a megkerülhetetlen és függőséget keltő terekbe, amely relációban a magáncégek javára erősen lejt a pálya. A hosszú és speciális jogi tudást igénylő felhasználási feltételek végig olvasására igen kevesen vállalkoznak, és még ha végig is olvassa valaki, a kattintások és adott oldalon eltöltött idő által létrehozott profiljának lekötése, olyan bonyolult és valószínűleg titkosított algoritmusokkal történik, amelyek megismeréséhez magas szintű IT-tudás szükségeltetik. A viselkedési mintázatok kialakítása és a konkrét adatainak felhasználása a felhasználó szemszögéből nézve egy fekete dobozban zajlik⁶⁰, ahol nem tudja, hogy milyen módon kerül elé az adott videó és milyen folyamat során tolódik a másik hátra. Fontos újdonság, hogy a fekete doboz effektus mára már kiterjed a programozóira is. Polyák Gábor szerint az algoritmusok felett ténylegesen senki nem gyakorol kontrollt, mivel egy ponton túl, autonóm aktorrá válva, beprogramozásuk helyett, az öntanulási metódusai alapján hozzák meg döntéseiket.⁶¹

Azt fontos hozzátenni, hogy a Google és a Facebook is profitorientált magáncégek, egyéni szabályozásokkal, akik túlnyomórészt hirdetésekkel szerzik a bevételüket.⁶² De mennyi az elég és milyen áron? Üzleti politikájukban a képernyő előtt eltöltött idő és a kattintással adott jel az igazán fontos az algoritmus számára, mivel ezekből tud levonni értékes információkat. Szóval a kattintásaink és az adott oldalon eltöltött idő alapján óriási mennyiségű új tudást halmoznak fel rólunk,

⁵⁸ Katz–Lavigne, Sarah: *Cobalt Red: a regressive, deeply flawed account of Congo's mining industry*. <https://www.opendemocracy.net/en/beyond-trafficking-and-slavery/cobalt-red-siddharth-kara-democratic-republic-congo-book-review/> (2024.11.11.)

⁵⁹ Acemoglu, Daron – Johnson, Simon: *Power and Progress: Our Thousand-Year Struggle over Technology and Prosperity*. New York, Public Affairs, 2023. 16. o.

⁶⁰ Pogátsa, 2022, i.m. 197.o.

⁶¹ Polyák Gábor: *A digitális szolgáltatási koordinátor jogállása és jelentősége*. Előadás. Győr, 2024.10.25., Széchenyi István Egyetem, Új információs technológiák és jogállamiság Konferencia.

⁶² Srnicek, Nick: *Platform capitalism*. Cambridge, Polity Press, 2017. 61. o.

mindezt azért, hogy hatékonyabban tudjanak eladni nekünk. A jövőnket jósolják meg különböző piaci szereplők és hirdetőik hasznára, nem a miénkre.”⁶³ Shoshana Zuboff helyzetjelentése 2018 óta nem veszített aktualitásából: „*a figyelem gazdaság korára még érvényes mondás volt, hogy ha valamilyen szolgáltatást ingyenesen veszünk igénybe, akkor mi vagyunk a termék. Ez, viszont mára már nem fedi le a teljes valóságot, mivel a felhasználók ebből az eleve kiszolgáltatott termék pozícióból mára egyszerű nyersanyaggá butultak le, melynek elsődleges szerepe, hogy a belőlük kinyert adatokat az algoritmusok jövőbeli magatartások előrejelzéséhez használják majd fel.*”⁶⁴ Jelenleg ott tartunk, hogy a valódi termékekké a felhasználók jövőbeli magatartásának előrejelzései váltak...

V. Záró gondolatok

Európa lemaradt a platformkészítésben és az MI versenyben is, így ő a szabályozási és rendeleti szinten igyekszik zászlóvivővé válni. A részbeni siker bizonyítéka az Általános adatvédelmi rendelet (GDPR), a platformok és felhasználók viszonyát érintő DSA, a piacszabályozó DMA és legfrissebben az Artificial intelligence Act (AI Act). A dolgozatomban megjelölt problémaköröket a jogalkotók észlelik ugyan de a felelősséget egyelőre erőtlenül áthárítják – önszabályozás, kockázatértékelés és kockázatsökkentés keretében – a szabályozott jogalanyokra. Érthetően nem egyszerű a felállás, mivel a digitális érára fokozottan igaz a dinamikus változás, amit a jog maximum csak lekövetni próbálhat, valamint a platformcégek kapuőrei geopolitikai szempontok szerint gondolkodnak; hírhedtek arról, hogy kijátsszák a szabályozást, tesztelik az adatszuverenitás határait, és gyengítik, sőt olykor egyenesen aláássák a hatékony végrehajtást.⁶⁵

Nehézség továbbá, hogy a szabályozás immanens része a korlátozás is, ami az innovációnak erősen és szükségszerűen gátat tud szabni. Ugyanakkor közel behozhatatlan hátrányt jelent azokkal szemben, akik szabadabb teret adnak. A már utópiának tűnő globális konszenzus mentén történő beavatkozás szükségessége e téren is kritikus. Mindenesetre e rendeletek sikeressége és gyakorlati megvalósulásának foka a szemünk előtt zajlik és fog még lezajlani.

⁶³ Zuboff, Shoshana: *The Age of Surveillance Capitalism: The Fight for a Human at the New Frontier of Power*. New York, Public Affairs, 2019. 16. o.

⁶⁴ Diósi Szabolcs – Barcsi Tamás: The legacy of disciplinary society – how relevant is Foucault's theory today?. *Évkönyv - Újvidéki egyetem magyar tannyelvű tanítóképző folyóirata* 16(1), 2021. 11-33. o. https://doi.org/10.18485/uns_evkonyv.2021.1

⁶⁵ Nieborg, David, et. al.: Introduction to the special issue on locating and theorising platform power. *Internet Policy Review* 13(2), 2024. 3-4.o. <https://doi.org/10.14763/2024.2.1781>