

A PLATFORMTÁRSADALOM

ZÓDI ZSOLT

Mind José van Dijck, mind Julie E. Cohen a hatvanas években született, azaz nem az online platformok, a közösségi média és a „gig economy” („hagnigazdaság”) tipikus rajongótáborát alkotó korosztályhoz tartozik. Eredeti szakmájukat nem feladva lettek az online platformok világának nagy hatású, diskurzusalakító tudósai. José Van Dijck jelenleg a Holland Tudományos Akadémia elnöke, eredetileg irodalom- és médiaelmélettel foglalkozott, PhD-dolgozatát a mesterséges megtermékenyítés, az új reprodukciós technológiák körüli társadalmi és médiadiskurzusokból írta,¹ de érdeklődése már a 2000-es évek közepén a web 2.0, a felhasználói tartalmak, majd a közösségi média felé fordult. *Az összekapcsoltság kultúrája* című könyve² 2012-ben látott napvilágot, s azóta Van Dijck a témába vágó nemzetközi konferenciák és workshopok elmaradhatatlan meghívott előadója.

Az amerikai Julie E. Cohen a Harvardon végzett jogász, szakterülete a szerzői jog. Három társával publikált nemzetközi szerzői jogi kézikönyve már az ötödik kiadáson is túl van.³ A platformok világa a 2010-es évek óta foglalkoztatja: a platformoknak a magánszférára gyakorolt hatását, a hálózatokban élő egyént⁴ tanulmányozza. Szűk jogi szemléletű kitégült és Polányi kapitalizmusértelmezésének ihletésére, a szellemi tulajdont elemelve jutott el előbb a magánszféra (*privacy*) új elméletéig, majd

**José van Dijck – Thomas Poell –
Martijn de Waal:**

The Platform Society
Public Values in a Connective
World

Oxford University Press, New York,
2018. x + 226. oldal, \$ 29,95

Julie E. Cohen:
Between Truth and Power

The Legal Constructions of
Information Capitalism

Oxford University Press, New York,
2019. ix + 366 oldal, \$ 34,95

az információs kapitalizmus általános magyarázatáig és a szabályozó állam megváltozó szerepéig.⁵

Az internetes platform kifejezés valamikor a tízes évek elején terjedt el, számítástechnikai kifejezésként. Olyan szoftveres megoldást jelölt, amelyre további szoftvereket lehet építeni. Csak később nyerte el jelenlegi jelentését, azaz olyan online alkalmazást, webhelyet jelöl, amelyen egy nagyobb csoport tud valamilyen tevékenységet folytatni: barátkozni, vásárolni, programozni, szállást foglalni.

Az itt tárgyalt két „magnum opus” összefoglaló jellegű. Van Dijck a *Culture of Connectivity* fejlesztette tovább, előbb egy holland nyelvű munkává, majd szerzőtársakkal az itt elemzett angol nyelvű könyvvé, míg Cohen a tízes évek második felében írt cikkeit gyúrta egybe. A platformok világát illetően mindketten a lelkesedés és kíváncsiság hajtotta pozitív attitűdtől jutottak el egy kifejezetten borús – még nem pesszimista vagy alarmista, de mindenképpen borús – értékelésig. Ez a mozgás egyértelműen tükrözi a társadalom, a közvélemény ennél jóval radikálisabban változó általános hangulatát. Hiszen a közösségi média egy távoli embereket, régi középiskolai osztályokat és azonos érdeklődésű csoportokat összekapcsoló, nagyszerű internetes szolgáltatásból a közvélemény ítéletében fokozatosan változott át nemzetközi szörnyeteggé, amely álhíreket, politikai manipulációt, erőszakos és hiszterizáló tartalmakat terjeszt, a magánszemélyek adataival visszaél, és lépten nyomon cenzúrát alkalmaz. S ugyanígy a piactér-platformok a közbeszédben a pozitív csengésű „megosztó gazdaság” (*sharing economy*) zászlóvivőiből a tízes évek végére néhány gazdasági szektorban (vendéglátás, szállás-kiadás, bérlakáspiac) mérhetetlen pusztítást és károkat okozó, a kiszolgáltatott, önkizsákmányoló munkavállalók millióit foglalkoztató cégekké váltak.

Mindkét szerző szerint forduloponthez érkezünk. A platformok a társas érintkezésben, a gazdaságban, a nyilvánosságban és számos más élet-szférában olyan változásokat idéznek elő, amelyek egyértelműen új korszakot jeleznek, Van Dijck és

1 ■ José van Dijck: *Manufacturing Babies and Public Consent: Debating the New Reproductive Technologies*. Macmillan Press, London, 1995.

2 ■ José van Dijck: *The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media*. Oxford University Press, New York, 2013.

3 ■ Julie E. Cohen – Lydia Pallas Loren – Ruth Gana Okediji – Maureen O'Rourke: *Copyright in a Global Information Economy*. Aspen Law & Business, New York, 2002 & Supp. 2003.

4 ■ Julie E. Cohen: *Configuring the Networked Self: Law, Code, and the Play of Everyday Practice*. Yale University Press, New Haven, 2012.

5 ■ Julie E. Cohen: *The Regulatory State in the Information Age*. *Theoretical Inquiries in Law*, 17 (2016) 2. szám, 369–414. old.; uő: *Property as Institutions for Resources: Lessons from and for IP*. *Texas Law Review*, 94 (2015), 1. szám, 1–57. old.; uő: *Law for the Platform Economy*. *Law for the Platform Economy*, 51 (2017), 133–204. old.

szertársai szavával a „platformtársadalomét”. Cohen Manuel Castells „információs kapitalizmus” terminusát használja, de több helyen is jelzi, hogy a platformok a Castells által elemzett hálózatos multinacionális cégekhez képest új minőséget képviselnek, ha úgy tetszik, sokkal nagyobb a hatalmuk, mert használóik idejének és adatainak nagy részét is uralják. Olyan erősen kötik magukhoz az egyéneket, ami teljesen ismeretlen a platformon kívüli világban.

A platformok feladták a leckét az államnak. Hollandia és az Egyesült Államok máig a szabadpiac, a kapitalista individualizmus mintaországának számít. A szerzők sok-sok elszólásból érezhetően ebben a kultúrában nevelkedtek. Mégis abból indulnak ki, hogy a szabályozó államot a platformokkal kapcsolatban felelősség terheli.

Mindkét kötet valódi multidiszciplináris alkotás. Van Dijck médiatudós, de könyve tele van olyan felismerésekkel és elemzésekkel, amelyeket inkább a közgazdaságtan (vagy az üzleti tudományok), a politikatudomány, a szociológia vagy a jogtudomány területére sorolnánk. A jogász Cohen könyvében pedig nagyon erős a társadalomfilozófiai szál.

Mindkét könyv erősen normatív személetű: azonosítják a platformokban és a platformtársadalomban rejlő veszélyeket és a kockázatokat, és azt a kérdést feszegetik, milyen megoldásokkal – főként jogi szabályozással – kezelhetők. Van Dijckék egy sor konkrét ötlettel és megoldással állnak elő, Cohen inkább filozófiai síkon fogalmazza meg elvárásait és rendkívül kritikus véleményét a szabályozás mai irányairól.

Ugyanakkor persze a két könyv között hatalmas szemléletbeli különbség is van. Az *Igazság és hatalom közt* címe egy kvéker pamflet szóhasználatára utal a hidegháború idejéből, amelynek a megfogalmazói az egyre intenzívebben fegyverkező hatalmat akarták az igazsággal szembesíteni. Cohen szerint az internet és a platformok is hasonló dilemmával szembesítik a kormányzatot és azokat a nagy cégeket, amelyek az interneten aktívak, és az internet architektúráját, szoftvereit, kódjait előállítják. Itt Cohen Lawrence Lessigre hivatkozik,⁶ amikor azt mondja, hogy ezek a kódok nem neutrálisak, és meghatározzák azt, hogy merre fejlődik az internet és a platformok világa, és a milyenségükért a különböző érdekcsoportok között harc folyik (3. old.). A jog és a kódok ebben a harcban, ebben a folyamatban a „hatalom és az igazság között” közvetítenek. Rajtuk múlik, hogy a jog eszközeivel, de a kódokon keresztül milyen pályára helyezük a platformok fejlődését.

Cohen a könyvében elsősorban azt a változást akarja megérteni, amit a platformok megjelenése okoz, és mindezt elsősorban a hatalom és a kapitalista gazdaság magyarázó keretébe helyezi, amelyben tehát a jog és a kód egyfajta közvetítő szerepet visz. A könyv egyik központi kategóriája ezért az információs kapitalizmus, amely a tőke mellett a tudást is felhalmozza, és a tudás, valamint a tudástermékek

szerepe az egész gazdaságban egyre nagyobb mértékű. Ez együtt jár azzal, hogy az értéktöbblet egyre inkább nemcsak tőke, hanem más többletek (*surplus*) formájában jelentkezik (pl. tudástöbblet, figyelem-többlet). Még a hagyományos ipari folyamatokat is átalakítja a tudás és az információ. A platformok ezt a folyamatot tovább viszik, radikalizálják.

Cohen a platformokat, a rajtuk futó kódokat, a jogot és a kormányzati kontrollt is történeti fejlődésbe – az amerikai kapitalizmus fejlődésébe – ágyazza be. Magyarázata szerint most érkezünk el az információs kapitalizmus egy új szakaszához, amelyet a jog sajátos jogositványok, felhatalmazások és tiltások halmazával biztosít. Polányi Károly szerint az újkor hajnalán a nagy kapitalista átalakulás egyik leglényegesebb eleme az volt, hogy a munka, a föld és a pénz újrakonceptualizálódott mint áru (*commodity*), és ezzel egyidőben a piac, amely azelőtt valóságos, fizikai helye volt az áruk cseréjének, virtuálissá vált. Az információs kapitalizmus azon szakasza, amelyben jelenleg élünk, mindezt felforgatja. Három hatalmas, új folyamatnak vagyunk a szemtanúi: az immateriális erőforrások (különösen az adat, és ezen belül a személyes adatok) tulajdonba vonásának (vagy másképp „bekerítésének” – *enclosure*), az ipari termelési tényezők dematerializálódásának és adattá alakításának (*datafication*, szó szerint „adatosítás”), valamint az árucseré színtere, a piac „visszaterializálásának” és beágyazásának a platformok keretei közé.

Cohent elsősorban az érdekli, mi a jog szerepe ebben a folyamatban. Nem kizárólag arról van szó, hogy az egyes gazdasági csoportok vagy az ellenzomogalmak harcolnának a jog eszközeivel, hiszen a jognak van egy doktrinális önmozgása, abban a

6 ■ Lawrence Lessig: *Code and Other Laws of Cyberspace*. Basic Books, New York, 1998.

7 ■ Pl. Geoffrey G. Parker – Marshall W. Van Alstyne – Sangeet Paul Choudary: *Platform Revolution: How Networked Markets Are Transforming the Economy and How to Make Them Work for You*. W.W. Norton and Company, New York – London, 2016.

8 ■ Kenneth Cukier – Viktor Mayer-Schönberger: *Big data – Forradalmi módszer, amely megváltoztatja munkánkat, gondolkodásunkat és egész életünket*. Ford. Dankó Zsolt. HVG könyvek, Bp., 2014.

9 ■ Természetesen néhány belső emberen kívül pontosan senki sem tudja, hány adatpontot gyűjt a Facebook. Az említett könyv 34. l-jében szereplő 29 000 adatpont onnan ered, hogy Ben Luján új-mexikói szenátor Zuckerbergtől 2018-as szenátusi meghallgatásán megkérdezte, szerinte hány adatpontot gyűjt a Facebook egy felhasználóról, mire Zuckerberg azt mondta, nem tudja. Erre válaszolta Luján a 29 000-es számot. (Roger McNamee: *Zucked: Waking Up to the Facebook Catastrophe*. Penguin Press, New York, 2019. 211. old.)

10 ■ A Facebook 2012-es tőzsdei megjelenése előtti utolsó évben, 2011-ben 3,7 milliárd dollár árbevétel mellett egymilliárd dolláros profitot termelt (<https://investor.fb.com/investor-news/press-release-details/2013/Facebook-Reports-Fourth-Quarter-and-Full-Year-2012-Results/default.aspx>). Ehhez képest a tőzsde a céget a kibocsátás után 90 (!) milliárd dollárra értékelte, és bár rövid távon a részvények ára csökkent, egy év múlva már ugyanezen a szinten volt. Ha figyelmesen olvassuk a Facebook üzleti jelentéseit, az első helyen mindig a felhasználószámokat találjuk.

tekintetben mindenképpen, hogy csak a múlt jogi konstrukcióira lehet támaszkodni, amikor az egyes szereplők valamit el akarnak érni. Ezért sokkal gyakoribb az, hogy a résztvevők meglévő jogi fogalmakat igyekeznek átértelmezni, újrakonceptualizálni. De minden fogalomhasználatnak, döntésnek, doktrinális választásnak hatása van a platformokra és így a saját jövőnkre is.

Van Dijck és szerzőtársai figyelme a platformok különböző társadalmi alrendszerében játszott szerepére és funkciójára irányul. A platformokat nem tekintik egyszerűen technológiai újításoknak vagy gazdasági, üzleti konstrukcióknak. Ezért félrevezető a sokak által használt „platformforradalom” kifejezés, amely azt sugallja, hogy a platform volna a folyamat egyoldalú kiváltója, generálója.⁷ A platformok inkább „áthatják” (*infiltrate*) és ezzel együtt átalakítják a társadalom szinte minden szegmensét, de közben maguk is alakulnak és formálódnak, amikor egy-egy szférában összetalálkoznak a hagyományos intézményekkel. Ezzel átalakulnak a társadalmi és kulturális gyakorlatok is. Tehát a platformok költségei is láthatóvá válnak. Bár a platformokat eleinte mindenki ünnepelte, és egyértelműen pozitív fejleménynek tartotta, mint minden fontos technológiai újításnak ma már jelentkeznek a társadalom egészére gyakorolt negatív hatásai is. Az Airbnb-n bére adott lakáson az egyén hatalmasat nyer, de vajon ki fizeti a többi lakó, a városrész számára felmerülő kollektív költségeket? A könyv másik fókuszja tehát – a társadalomelméletin kívül – kifejezetten normatív, erre utal az alcíme is: *Közösségi értékek egy összekapcsolt világban*. Mert a platformok megítélésakor az egyéni és céges hasznokon és költségeken felül nagyon is figyelembe kell venni a közösség értékeit, költségeit és terheit is.

A PLATFORM MŰKÖDÉSE, AZ ADATOK KÖZPONTI SZEREPE

Mindkét könyv lényegében ugyanabból az egyszerű gondolatból indul ki: a platformok és így a platformgazdaság fő mozgatóját, nyersanyagát és bizonyos fokig a termékét is az adatok jelentik. Hogyan lesz az adatokból végül profit? Az adattá, majd áruvá alakítás (*datification, commodification*) folyamatának bemutatását Van Dijck és szerzőtársai különösebb érzelmi töltet nélkül a „szelekció” fázisával zárják le, míg Cohen az utolsó fázisra a körülkerítést, kisajátítást jelző *enclosure* szót alkalmazza.

Lássuk mi is ez a folyamat a két könyvben.

Van Dijckék szerint a platform „olyan programozható architektúra, amelynek célja, hogy interakciókat szervezzen a felhasználók – nemcsak végfelhasználók, hanem céges entitások és közszervezetek – között. Központi eleme a felhasználói adatok szisztematikus gyűjtése, algoritmikus feldolgozása, áramoltatása és monetarizálása.” (3. old.) A definícióból egyértelműen kiténik, hogy a platform

középpontjában az adat van, helyesebben az adattá alakítás, az „adatosítás”. A szerzők a platform mechanizmusait leíró fejezetben valóban ezt helyezik működésének középpontjába. Az adatosítás – datifikáció – a kifejezést egyébként Mayer-Schönberger és Cukier híres, Big Datáról írott könyvéből⁸ kölcsönzik – korábban nem kvantifikált események, történések, aspektusok, életbeli mozzanatok adattá alakítását jelenti. A platformok *mindent* adattá alakítanak. Nemcsak azt, amit iratokon és űrlapokon megadunk, nemcsak a posztjainkat, a lájkjainkat és az üzeneteinket, hanem a hozzájuk tartozó metaadatokat is, kezdve attól, hogy az IP-címünk milyen helyhez kötődik a fizikai térben, hogy milyen időpontban és meddig voltunk online, az általunk használt eszköznek melyek a technikai paraméterei, milyen további oldalak voltak közben megnyitva, a böngészőnkben, milyen posztok felett lassítottunk, és melyekre kattintottunk rá. A Facebook egyes becslések szerint 52 000 (!) adatpontot gyűjt a felhasználóiról.⁹

Mi történik az adatokkal, amelyeket ily módon összegyűjtnek a platformok? Áruvá konvertálják, Van Dijckék szóhasználatával „kommodifikálják” őket. Mindenféle dolog – társas kapcsolatok, érzések, eszmék, ötletek, teljesítmények – válnak áruvá, amelyet azután négyfajta „fizetőeszközzel” (*currency*) lehet adni-venni: a figyelemmel, az adattal, a felhasználókkal és a pénzzel (36. old.). Furcsa lehet, hogy az adat egyszerre mérőeszköz, újfajta egyenértékes, de egyben közvetítő médium is a valóság és a szoftverek, az algoritmusok és a valóság közt. A lényeg az, hogy a pénz és az áru *mellett* ebben az új, információs gazdaságban új áruk és egyenértékesek jelennek meg. Ki vitatná, hogy a figyelem önálló értékkel rendelkező entitás („nézettség”, „látogatottság”)? A felhasználók száma mindennél többet elmond egy platformról, amelynek így hagyományos értelemben lehet igen szerény üzleti eredménye (árbevétel, profit), de ha a felhasználóinak száma magas, ez önmagában igen értékessé teszi.¹⁰ Erre később még a szabályozás vívódásainál visszatérek.

A platformok kommodifikációjának speciális módja, hogy nemcsak valamilyen szolgáltatást nyújtanak, hanem önálló, méghozzá a hagyományostól eltérő, többoldalú piacokat hoznak létre, amelyek megpróbálnak minél több felhasználót bevonni, majd egymással, a szolgáltatókkal és a hirdetőkkel is összekapcsolni. A kommodifikáció többféle mechanizmuson keresztül érvényesül: a leglátványosabb a személyre szabott reklám, amely a másik – a hirdetői – oldalon széles körű adatelemzési szolgáltatásokkal párosul. A piactér-platformok ennél egyszerűbben működnek, mert a tranzakciókból, az eladott áruból egyszerűen tranzakciós díjat vagy jutalékot vonnak le.

Cohen szintén az adatosítást tekinti központi kérdésnek, de ő ezt tágabb történelmi keretbe ágyaz-

za. A dolgok – különösen az olyan puha jószágok, mint a figyelem – adattá és áruvá alakítása nem a platformokkal kezdődött, és korántsem teljesen új jelenség, állítja, például a hirdetési árbevételre alapozott tömegmédiá is alkalmazta. Ahogy ez az üzleti modell megjelent, rögvest megjelent a figyelem mérése is, például a Nielsen módszertanával (39. old.). Ugyanígy, a kereslet és a kínálat összekapcsolásának a „virtuális térben” szerinte a katalógusáruházak az előfutárai.

Az viszont vadonatúj fejlemény, hogy a platformokon az adatok és az algoritmusok révén ezeknek a dolgoknak a „bekerítése” zajlik. A XVII–XVIII. században az ipari kapitalizmus a pénzt, a földet és a munkát áruvá (nyersanyaggá, *commodity*) változtatta, most pedig az információs kapitalizmus adattá, méghozzá az algoritmikus alapú profitszerzés input-jaivá formálja át. Átalakul a pénz: egyre inkább virtualizálódik, s nemcsak a tárolása és cseréje, hanem az előállítás is, ahogy azt a különböző derivatív eszközöknél és a blokkláncon alapuló kriptovalutáknál látjuk. Átalakul a munka: már nem főállású, a céghez tartósan hozzákötött munkavállalókkal végeztetik, hanem ad-hoc „beugrókkal” (*zero-hour jobs*), majd a platformok már a központi szervezést, a fix megbízót is megszüntetik. Átalakul a földhöz, az ingatlanhoz fűződő viszony is: a föld „datafikálása” Cohen szerint bonyolultabb folyamat, mint a pénzé és a munkáé és elsősorban a jelzalogjogok és a hozzájuk kapcsolódó hitelállományok egyre közvettebb, áttételesebb pénzügyi termékekbe való becsomagolásában nyilvánul meg. Végül a piac újramaterializálódása szintén igen látványos folyamat: a platform egyrészt tartósan magához láncolja a felhasználókat – mintegy bekebelezi a piac aktorait –, másrészt, ahogy azt fentebb már részleteztem, minden létező adatot begyűjt és tárol róluk és az aktivitásukról – az adatosítás totálissá válik.

Új fejlemény továbbá, hogy az adattá alakított jószágokat néhány nagy cég egyszerűen kisajátítja, bekeríti (*enclosure*). Cohen szerint ebben a bekerítési folyamatban fontos szerep jut a jognak. Ezt szintén történeti példákkal illusztrálja. A kapitalista tulajdonosok szellemi javak feletti monopóliumát Amerikában a szerzői jogi és a szabadalmi törvény (Copyright Act 1909, Patent Act 1836) biztosította. Ezek a szabályok ugyanakkor kezdetben például nem adtak a munkáltatóknak (a cégeknek) jogosítványokat a munkavállalók szellemi termékei felett, de a bírói gyakorlat és a jogalkotás fokozatosan kiépítette őket, és mára a (magyar szóhasználattal) munkaviszony keretében létrehozott szellemi alkotások teljes egészében a cégeket illetik meg. Sőt, a szabadalom-portfóliók központi elemei egy cég vagyonának. (Köztudomású például, hogy a Nokia drámai piacvesztése után a Microsoft eurómilliárdokat fizetett a cég szabadalmiért, illetve használati jogaiért.) Ugyanez a folyamat játszódott le a szerzői jogban a karakterek (szereplők, például rajzfilmfi-

gurák) vagy a *brand* (márkanév) jogi védelmének kiépítésével kapcsolatban. A jog és a gazdasági erők fokozatosan, kéz a kézben, egymásra válaszolgatva „kerítették be” ezeket az immateriális jószágokat, azaz építették ki monopóliumokat felettük.

A bekerítés szót Cohen tudatosan választja, mert a folyamatot hasonlónak találja az angliai közösségi földek magántulajdonba vételéhez, illetve a tengerektől területek gyarmatosításához. A platformok ugyanúgy *res nulliusnak* (vagy közjózágnak, *public domain*) tekintik a személyes adatokat, ahogy a gyarmatosítók Amerika földjét. Cohen ezt „biopolitikai közjózágnak” (*biopolitical public domain*) nevezi Foucault nyomán. Foucault a biopolitika kifejezéssel utalt arra a folyamatra, ahogy az államok az abszolút monarchiák időszakától az emberek testi mivoltát is uralni kezdik.¹¹ Európában, Amerikával szemben, az adatvédelmi szabályok akadályozzák, lassítják a bekerítést. Ugyanakkor később majd látjuk, hogy paradox módon a más területen felmerülő problémákkal vagy érvényesítendő prioritásokkal kapcsolatban (pl. versenyjogi területen) a szigorú adatvédelem sokszor inkább árt, mint használ, és sokan olyan megoldásokat javasolnak (átláthatóvá tétel, adatmegosztás), amelyek épp az adatvédelem szintjének csökkentése felé mutatnak.

A bekerítés mellett – mondja Cohen – a piac újramaterializálása is zajlik. A platformok a már régóta csak elvontan létező piacot konkrét webhelyek és konkrét kódok formájába öntik. A materializálódott piacon mindenki a lehető legszorosabban bekötve van jelen, adatait és aktivitásait mintegy a platform rendelkezésére bocsátva. Ez és az újramaterializálás így szinte omnipotens kontrollt jelent a platform számára: nemcsak a vevők és az eladók, hanem például a hirdetőik kontrolljára is módot ad, és mivel a platform minden résztvevő datafikált aktivitását ismeri, szabadon tudja konfigurálni, hogy melyik résztvevőn keres, hol sajátítja el az értéktöbbletet, és ezt, ha akarja, pillanatról pillanatra változtathatja. A „lát-hatatlan kézből” látható kéz lesz. A szabályozó hatóságok és a jog – ahogy Cohen a későbbi fejezetekben bemutatja – pedig tanácstalanok, hiszen a platform tartósan képes akár a határköltés alatt is szolgáltatásokat nyújtani, mert egyszerűen máshol sajátítja el az értéktöbbletet. A termékek ára a platformokon jószerevével már nem mérvadó kiindulópont egy versenyhatósági eljárásban.

Az igazán ijesztő az, hogy ezzel a stratégiával és árazási rendszerrel a nagy platformok bizonyos szférákat szinte teljesen az uralmuk alá vontak, egyfajta

11 ■ Michel Foucault: *The Birth of Biopolitics: Lectures at the Collège de France, 1978–1979*. St Martin's Press, New York, 2010.

12 ■ Ezt a folyamatot személyesen is átéltem a jogi információs iparban, amikor a 2000-es évek elején a szakemberek a lemezen árult, viszonylag drága jogszabálygyűjtemények helyett az interneten az egyes jogszabályokat, sőt jogszabályi rendelkezéseket kezdték el keresni.

13 ■ Cass Sunstein: *Republic.com 2.0*. CompLex, Bp., 2013.

közművé (*utility*) váltak, s ezt a narratívát a szabályozó hatóságok is egyre inkább kezdik átvenni. (Én sem tudok egyelőre ennél hatékonyabban működő hasonlatot.) Sőt, Cohen az első fejezet végén arra a következtetésre jut, hogy a platform tulajdonképpen az információs kapitalizmus „fő szervezési (szervezeti) logikája”. Erre az epilógusban még visszatérek.

Ebben az új helyzetben kulcsszerep jut a géppel felismert mintázatoknak, az egyénről készült „adatmáslatoknak” (*data doubles*), profiloknak és a predikciónak, az előrejelzésnek. Ez a profilozás a korábbi profilalkotási technikákkal szemben nemcsak néhány, előre definiált kategóriába képes besorolni az embereket, viszonylag szerény mennyiségű adat alapján (pl. ahogy a cégek a vevőiket osztályozták, kor, nem lakóhely, foglalkozás, vásárlóerő, megrendelési előélet szerint), hanem a gépi tanulás, felfoghatatlan mennyiségű adat felhasználásával, csaknem korlátlan számú profilt képes létrehozni és kezelni. Erre alapozva azután igen pontos előrejelzéseket lehet tenni az egyén viselkedéséről, ami a magánéletbe való elég súlyos beavatkozásoknak és manipulációnak is teret adhat.

Ez az üzleti modell számtalan problémát okoz a fenti problémákon (az egyén életébe történő indokolatlan beavatkozáson és a jogi kezelhetetlenségen) túl is: például a platformok nemcsak a nagy cégek vagy államok manipulatív erejét nagyítják fel, hanem óriási reputációs károkat is okozhatnak az egyéneknek és azoknak a kis cégeknek, akik-amelyek rászorúlnak a platformok biztosította nyilvánosságra. Vagy: a személyes adatok kezelése felveti azt a kérdést, hogy a magánszemély milyen viszonyban van a saját adataival. A legtöbb civilizált jogrendszer szerint a saját testünknek, szöveteinknek nem vagyunk tulajdonosai. Kérdés, hogy az adatainknak tulajdonosai vagyunk-e? A közjogias adatvédelem nem ezen az elgondoláson alapszik, ugyanakkor épp ez teszi lehetővé, hogy a nagy platformok „res nulliusnak” tekintsék a személyes adatokat. Lehet, hogy a tulajdonjoghoz (szellemi alkotások jogához) hasonló magánjogias konstrukció a platformok világában célravezetőbb lenne.

A NYILVÁNOSSÁG ÁTALAKULÁSA

A platformok az életünk szinte minden területén megjelentek, de nem véletlen, hogy mindkét szerző kitüntetetten foglalkozik azzal, hogy a nagy platformok – elsősorban a közösségi média és a keresőmotorok – hogyan alakították át a médiateret és a nyilvánosságot.

Van Dijckék, miután néhány ijesztő adatot és történetet ismertettek a hagyományos média és újságírás hanyatlásáról, felteszik a kérdést: „Hogyan alakítják át ezek a fejlemények a közös értékeinket a hírszolgáltatási szektorban?” (50. old.) A közös értékek a sajtó színessége, ellenőrző szerepe a kormányzat felett, a szerkesztőségek függetlensége a tulajdo-

nosi érdekektől, a sérülékeny csoportok védelme és így tovább.

Miről van szó? A keresőmotorok, majd a közösségi média először is megváltoztatta a hírfogyasztás szerkezetét. Alig olvasunk híreket úgy, hogy magát az oldalt érzük el, és emiatt alig olvasunk szerkesztett újságot, hiszen csak az adott hírre kattintunk a közösségi média hírfolyamából vagy a keresőmotor találati listájáról. A folyamatot nem a platformok, hanem maga az internet indította el, mert „szétszedte” az addig jellemzően csomagban árult szellemi termékeket. Ezt nevezi a szakirodalom *de-bundling*-nak, „szétcsomagolásnak”. Ez nemcsak a sajtó világából, hanem más szférákból is ismert jelenség: nem gyűjteményes műveket – például lemezeket, újságot – veszünk, hanem ezek építőköveit, a dalokat és a cikkeket.¹² A közösségi média és a keresőmotorok azonban ezt a helyzetet még tovább bonyolították, mert ráadásul kapuórként viselkednek ebben a „szétcsomagolt” világban: mivel mindennél pontosabban ismerik a felhasználót (a datafikált személyes adatokon keresztül), különböző trükkökkel nagyon szorosan magukhoz tudják láncolni, emellett nagyon magas figyelemhányadot tudnak kiharítani maguknak. Így lényegében letarolják a hirdetési piacot, szinte lehetetlen velük versenyezni. Így a szerkesztőségek, a tényekre alapozott, hagyományos újságírás „éhen hal”, hiszen a platformok a pontos célzóképeségükkel elszívják a hirdetési bevételeket.

Am más, talán még komolyabb, de ezzel összefüggő hatások is vannak. Háttérbe szorul az emberi szerkesztés, válogatás (a hírérték eldöntése is!), és felváltja a kattintásra, olvasottsági adatokra alapozott automata hírválogatás. A hírszolgáltatás kattintásvadásszá válik és depolitizálódik, ellenőrző szerepét nem tudja betölteni. Az álhírek előzönlük az internetet, az emberek véleménybuborékokba szorulnak, ahonnét már annyira sem látnak ki, amennyire régen kiláthattak. (A közhiedelemmel ellentétben a polarizált véleményteret nem az internet vagy a közösségi média teremtette meg, de az offline térben azért nagyobb eséllyel lehetett alternatív véleményekkel találkozni.¹³) Hogy pedig még cifrább legyen a helyzet, a platformok maguk is elkezdtek bizonyos agendákat követve „szerkeszteni”, hiszen a megjelenő posztokat előbb szoftverek, ezután pedig humán moderátorok szűrik.

Ezek az ismert jelenségeken túl Van Dijck kevésbé tárgyalt hatásként írja le, hogy a tartalom-előállítás teljesen átcsúszik mennyiségi irányba. A *Buzz-Feed*en 2016-ban naponta kb. 6000 poszt és több mint 300 videó jelent meg. A *New York Times* ugyan ebben az évben naponta 230 cikket tett ki a weboldalára. Ez a módszer tehát megfordítja a hagyományos újságszerkesztés gyakorlatát: a régi „szűrj, majd publikáld” modell helyére a „publikáld, majd szűrd” modell lépett.

Cohen abból indul ki, hogy a XX. századi nyilvánosság az adatok relatív hozzáférhetetlenségén,

a szűkös információ-hozzáféréseken alapult. Ebben a közegben a nézeteknek és az információknak jól belátható piaca volt, amelyet egy (elképzelt, ideális) gondosan tájékozódó megfontolt, racionális állampolgár át tudott látni, majd képes volt mérlegelni és dönteni.

Egy ideig az internet és a kapcsolódó online technológiákat a szabadság technológiáinak is nevezték, amelyek ezt a – talán sosem volt – idilli állapotot még tovább erősítik, még demokratikusabbá teszik, hiszen bárki, mindenki számára biztosítják a megszólalás lehetőségét. Ez önmagában ugyan igaznak bizonyult, csak hogy a megszólalók nem kizárólag a gondosan tájékozódó és higgadtan tanácskozó okos polgárok közül kerülnek ki. Olyan helyzet alakult ki – mondja Cohen –, amely megkérdőjelezi az első alkotmánykiegészítés (a szólásszabadság garanciáját jelentő rendelkezés) létjogosultságát, mert a hagyományos felállás, amelyben született, teljesen elenyészett. Az átláthatatlan bőségu információ részben szüretlenül ömlik ránk. Cohen felhívja például a figyelmet arra, hogy a közösségi média hírfolyamában látszólag minden hír egyformán fontos, sem a kognitív autoritások, sem az egyes hírek fontossága nem különül el. A világpolitikai kataklizmárról tudósító patinás hírügynökség híre ugyanakkora teret kap, mint a szomszéd néni macskás videója. Ezt tetézi, hogy gyakran a manipulatív, akár testre szabott módon bennünket szándékosan valamilyen irányba befolyásolni kívánó hirdetések is belépnek a képbe. Ezt a manipulatív, profilalkotáson, ravasz pszichológiai és számítógépes trükkökön alapuló technológiát nevezi Cohen „limbikus médiarendszernek”, utalva arra, hogy ezek a benyomások már nem a racionális énünket célozzák, hanem a prekognitív funkcióinkat, mint az érzelmek, a motivációk és a habitus. Az eredmény: lájkvadász, egyedül a minél gyorsabb terjedést célzó posztok, álhírek, összeesküvés-elméletek, információs buborék, polarizálódás. A legnagyobb probléma azonban az, hogy az objektivitás értéke teljesen elvész. Az emberek kezdik elhinni (és bizonyos politikai csoportok ezt még tovább erősítik), hogy sem objektív valóság nincsen, sem objektív szakértelem: „az úgynevezett szakértők elfogultak, minden beszámoló részleges, minden következtetés csak önkényes és korai lezárása a vitáknak” – idézi Cohen (88. old.) Andrejevicet.¹⁴

A GAZDASÁG ÁTALAKULÁSA A PLATFORMKORSZAKBAN

A platformok gazdasági hatását mindkét szerző behatóan elemzi, de talán az elemzések szemléletében és következtetéseiben tér el egymástól a leginkább a két ismertetett könyv.

Van Dijckék a városi közlekedés szektorát használják esettanulmányként a változások érzékeltesítésére, ahol elsősorban a taxiplatformok és az autómegosztó szolgáltatások hoztak nagy változásokat.

Fejtegetésük, a könyvük címéhez igazodva, elsősorban arra irányul, hogy megértsék, hogyan hat a közösségi értékekre a városi közlekedéssel összefüggő platformok megjelenése.

Az olyan platformokkal, mint az Uber, a szerzők szerint a legalapvetőbb probléma az, hogy nem tudjuk őket besorolni a hagyományos fogalmaink közé: az EU bírósága például hosszan küzdött azzal, hogy az Uber a személyszállítási iparág részének tekintse-e, vagy valamiféle semleges „piactérnek”, amely nem végez fuvarozást, csak egy sajátos technikával a keresletet és a kínálatot kapcsolja össze. A bíróság ezt a konkrét problémát megoldotta, hiszen kimondta, hogy az Uber a személyszállítási szektor része,¹⁵ de a platformok problémája általában véve ettől még megoldatlan, hiszen egy sor egyéb kérdés továbbra is marad.

Először is a platformok komoly romboló hatást fejtenek ki azokban az iparágakban, ahol megjelennek. A konkrét ágazatra utalva, a hagyományos taxis vállalkozások erős versenyhátrányba kerülnek (a hatósági árazás, a kocsik műszaki követelményei, az adminisztratív terhek stb. miatt) a platformszolgáltatókkal szemben. Másodszor a mikrovállalkozó fuvarozók semmilyen munkajogi védelmet nem kapnak a platform ellenében. (Ismert például, hogy a jelenleg Magyarországon piacvezető taxiplatform kényére-kedvére változtatja a jutalékok rendszerét, a sofőröknek pedig semmilyen lehetőségük nincsen ez ellen védekezni). Végül a harmadik szempont, hogy a platformok, amelyek eddig egy-egy részterületen (taxiszolgáltatás, rövid távú autóbérlés) voltak jelen, elkezdnek integrált szolgáltatást nyújtani, azaz több közlekedési lehetőséget ajánlani különböző paraméterek függvényében. Van Dijckék értelmezése szerint ezzel ezek a platformok (olykor *MaaS – Mobility as a Platform*nak is hívják őket) lassan általános közlekedésszervező mechanizmussá alakulnak, azaz a közösségi közlekedés alternatívái lesznek. Ezt mi sem bizonyítja jobban, mint hogy bizonyos városokban az önkormányzat az Uberrel szerződik, ahelyett, hogy közösségi közlekedést működtetne – Floridában, Coloradóban és Kanadában például. A „platformosodást” aztán az tetézi be, amikor ezek a rendszerek a közösségi médiafiókokat használják beléptető rendszerként, majd a nagy tech-cégek térkép- és közlekedésszervező applikációit (platformjaik?) a fuvarok szervezésére. A kör bezárul, a városi közlekedést elkezdik dominálni a platformok.

Cohen a platformok gazdaságban betöltött szerepét elsősorban a versenyjog, ezen belül is az *an-*

14 ■ Mark Andrejevic: *Infoglut: How Too Much Information Is Changing the Way We Think and Know*. Routledge, New York, 2013. 9–10. old.

15 ■ C-434/15, Asociación Profesional Élite Taxi v Uber Systems Spain SL.

16 ■ Lina M. Khan: Amazon's Antitrust Paradox. *The Yale Law Journal*, 126 (2017. január), 3. szám, 710–805. old.

17 ■ Uo. 754. old.

itrust law (monopóliumellenes szabályozás) kontextusában vizsgálja. A platformok egészen különleges monopóliumokat hoznak létre, amelyeket Cohen szerint nem is lehet egyszerűen „piaci fölényként” (*market power*) értelmezni, inkább egy sajátos, csak ezekre a piacokra jellemző fölényt, a *platform power*t kellene mondani. A fő gond az, hogy a platformok egy döntő része *ingyenes*, amelyik pedig nem az, gyakran alkalmaz „ragadozó árazást” (vagy „félfaló árazást” – *predatory pricing*). Ez látszólag nem olyan nagy probléma (miért gond az, ha valamit ingyen kapunk), csak hogy a versenyjog – ahogy azt a Cohen által is idézett Lina Khan¹⁶ nagyszerű cikkében megvilágítja – az utolsó évtizedekben fokozatosan fogyasztóvédelmi súlypontú lett, és mindenekfelett az alacsony árakra koncentrált, így jelenleg a platformfölely más káros hatásaival nem tud mit kezdeni.

A ragadozó árazás ugyanis egy idő után teljesen kiszorítja a versenytársakat, és még jobban felerősíti az ún. hálózati hatásokat. A hálózati hatás jellegzetessége a hálózatos iparágakban az, hogy egy cég, amely eléri a kritikus tömeget, egyrészt méretgazdaságossági okok miatt (egy-egy vevő kiszolgálása egyre olcsóbb lesz), másrészt pusztán annál fogva, hogy a szolgáltatás többet ér, ha sokan csatlakoznak hozzá (lásd közösségi médiaoldalak), igen hamar monopolhelyzetbe kerül az adott részpiacon. Ezért a platformok arra törekszenek, hogy a felhasználói bázisukat folyamatosan és gyorsan növeljék, akár úgy is, hogy az önköltség alatt adnak el árukat, és hosszú ideig veszteségesen működnek. Ha pedig erre a filozófiára fogékonyak a befektetők (márpedig úgy tűnik, azok), akkor ezt elég hatékonyan lehet friss tőke bevonása mellett csinálni, és olyan helyzetet elérni, amikor bizonyos piacokon a platformokat végül domináns szerepük valójában már nem a piac résztvevőjeként, hanem *infrastrukturaként* pozicionálja.

A másik probléma, hogy bár az ún. vertikális összeolvadást (amikor egy gyártó felvásárolja a beszállítóját vagy a kereskedőjét) az amerikai versenyjog hosszú ideig tiltotta, ez a szemlélet az ún. chicagói iskola hatására az 1970-es években megváltozott, és az ilyen felvásárlásokat az amerikai versenyhatóság többé nem látta problematikusnak. A platformok esetén azonban ennek katasztrofális következményei vannak, mivel egyik fő stratégiájuk a felhasználószám-növelés mellett a vertikális terjeszkedés, a többféle szférában történő pozíciószerezés. Mivel az olyan platform, mint az Amazon – és a többi platform is – a legfontosabb dologt birtokolja, a hozzáférést a vevőhöz, kapuőri pozícióját kihasználja arra, hogy ne csak könyvesbolt, illetve webáruház legyen, hanem „marketingplatform, logisztikai platform, fizetési szolgáltatás, hitelnyújtó, kiadó, tv- és filmgyártó cég, divattervező, hardware-gyártó és számítógép- és tárhelykapacitások felhőszolgáltatója”,¹⁷ ahogy Khan az Amazon terjeszkedését leírja. Ezzel a helyzettel nemcsak a

versenyhatóságok, hanem a jog is nehezen tud mit kezdeni. Az elején nem kellett volna a személyes adatok mint „biopolitikai közjavak” „bekerítését” megengedni, és akkor a platformok most nem lennének szinte kikezdehetetlenül erős kapuőri szerepben; de ezzel már elkéstünk.

HOGYAN ÉRVÉNYESÍTSÜK A KÖZÖSSÉGI ÉRTÉKEINKET?

Említettem, hogy mindkét könyvet áthatja a közösségi értékeinkérti aggodalom. Van Dijckék kicsit optimistábbak és praktikusabbak, Cohen inkább borús és kritikus, s konkrét szabályozási javaslatokkal kevésbé áll elő.

Van Dijckék a városi közlekedésről szóló rész konklúziójában teszik fel az kérdést, amelyet minden más ágazattal kapcsolatban fel lehet tenni, és amely tulajdonképp a könyvük vezérmotívuma: ki fogja irányítani a városi közlekedést a platformtársadalomban, és milyen értékekre alapozva? A szerzők már a könyvük alcímében is jelzik, hogy a közösségi értékek érvényesülése a platformtársadalom egyik kulcskérdése. Szerintük az adattá alakítás nemcsak a felhasználó és a platform viszonyát határozza meg, hanem „külső” hatásként a viselkedésünket, a társas kapcsolatainkat és ezen keresztül az intézményeinket is átalakítja. Hatalmas a felelősségünk, hogy ebben a mindent adattá átalakító folyamatban hogyan tudjuk érvényesíteni a közösségi értékeket. Mit kezdünk az Airbnb-féle helyzetekkel, ahol a bérbeadók lefölözik a hasznot, miközben a közösségnek kell vállalnia a terheket és a költségeket?

A szabályozás nem könnyű. Egyrészt a platformok a legtöbbször nem sorolhatók be a hagyományos kategóriákba – a Facebook nem médiavállalat, az Uber nem taxitársaság, az Airbnb nem szállodalánc –, így nagyon nehéz szabályozási szempontból megragadni a problémákat. Másrészt, és ez talán még fontosabb, a platformokat jellemzően amerikai székhelyű magáncégek működtetik, és a jelenlegi konstrukcióban a magánjog – két egyenrangú fél szerződése – rendezi a felhasználó és a platform közti legalapvetőbb kérdéseket, amelyekbe beavatkozni mindig csak óvatosan illendő.

Ezért nem csoda, hogy a jelenlegi szabályozási kísérletek lényegében három megoldással operálnak: a (be)tiltással, a hagyományos szektorokba besorolással és az ezen szektorokra jellemző adminisztratív-engedélyezési stb. kritériumok érvényesítésével, valamint a (jellemzően fogyasztó- és adatvédelmi) bírságolással. Mindhárommal gondok vannak. A betiltás a platformok nyújtotta előnyöktől foszt meg bennünket, és konzerválja a *status quót*. A szektorális besorolás nagyon félreviheti a szabályozást, hiszen ezeknek a platformoknak legtöbbször valóban nincsenek termelőeszközeik, és csak az összekapcsolást végzik, vagy a közösségi média platformjai még távolról sem hasonlítanak médiacégre, amely

szerkesztőséget működtet, és maga gyártja a tartalmat. A bírsággal pedig gyakorta a platformokat olyan jogsértésekért sújtják, amelyek üzleti modelljük integráns, nem mellőzhető részei: így ha a bírságot kifizetik is, valódi változást ezzel nem lehet elérni.

Van Dijckék kreatívabb megoldásokat sürgetnek. Ilyen például São Paulo városának szabályozási ötlete. Itt a városi önkormányzat speciális díjat rótt ki a taxiplatformokra, amelyre előre lehet licitálni, és amelyet a városi infrastruktúra használatáért kell fizetni.¹⁸ A díj kilométer-alapú, és dinamikusan változtatható, különböző jogpolitikai célok, „közösségi értékek” érvényesíthetők általa. Például olyan környékeken, ahol nincs jó tömegközlekedés, lejjebb lehet szállítani, de akár utas- vagy soförtípusonként is lehet rajta változtatni, előnyben részesítve például a női sofőröket vagy a fogyatékkal élő utasokat. A megoldás természetesen feltételezi, hogy a díjat (adót?) kirovónak tudomása van az autók mozgásáról, a sofőrökről, sőt az utasokról is, legalábbis a fő demográfiai jellemzőikről. Lehet, hogy a rendszer így igazságos és rugalmas, de nagyon komoly adatvédelmi és adatbiztonsági kérdéseket vet fel. De a közösségi értékek érvényesítése felmerül például a közösségi parkolóházak vagy éppen a buszávok használatakor is. A lényeg, hogy nem csak a tiltás, hagyományos szektorokba sorolás, büntetés lehet a megoldás.

A piactér-platformok egyik fontos jellegzetessége, hogy értékelő rendszereket (vagy reputációs rendszereket) működtetnek. Sokáig azt gondolták, hogy ezek képesek a közösségi értékeket közvetíteni, a visszaéléseket, rossz szolgáltatást, átverést stb. kiszűrni. A tapasztalatok szerint azonban egyrészt szinte senki sem ad rossz értékelést, másrészt bizonyos externáliákat az értékelő rendszer nem képes kezelni. Ha például egy taxi fékberendezése rossz, az utas észre sem veszi, amíg katasztrófa nem történik: így az értékelő rendszer egy nem nyilvánvalóan rozoga, mégis veszélyes műszaki állapotú autót nem tud kiszűrni. Önmagában az értékelő rendszer nem alkalmas minden közösségi érték közvetítésére. A reputációs rendszerek pontosságát ugyanakkor nagyon meg tudja növelni, ha több platformról származnak adatok egy személyről vagy szolgáltatásról. A tech-óriások a különböző platformokon képződő profilok összekapcsolását már megvalósították (Facebook–Instagram, vagy a Google kereső és a többi Google-szolgáltatás összekapcsolása), de az összekapcsolás segíthet a szolgáltatók minőségének mérésében is. Megjegyzem, ez a második kreatív ötlet is komoly adatvédelmi aggályokat vet fel, ha magánszemélyek adatait kapcsoljuk össze, de úgy tűnik, a hagyományos adatvédelem bizonyos megoldásainak felülvizsgálatáról el kell kezdenünk gondolkodni.

Egy másik ötlet, amely több ponton is visszatér Van Dijck könyvében, az, hogy a platformoknak ugyanúgy transzparenssé kell válniuk, ahogy a nagy cégek a XX. század folyamán (botránnyok, összeom-

lások, csődök és kisbefektetők millióinak elszegényedése nyomán) fokozatosan kénytelenek voltak egyre átláthatóbban működni. A transzparencia pedig itt az algoritmusok és az adatok transzparenciáját jelentené. Ugyanakkor előbbi a platformot működtető cég üzleti titka, utóbbi meg nagyrészt a felhasználók személyes adataiból áll össze, így az átláthatóságnak jelenleg komoly akadályai vannak. Olyan megoldást lehetne például alkalmazni, hogy csak egy kifejezetten ezzel foglalkozó hatóság láthasson rá a szoftverre és az adatokra, akárcsak például a pénzügyi felügyelet a bankok működésére és termékeire. Máshol azonban, például az egészségügyi szektorban sokkal szélesebb körben kellene a transzparenciát és az adatok kötelező megnyitását előírni.

Van Dijckék könyvének utolsó fejezete teljes egészében a közösségi értékek érvényesítéséről, azaz a platformok szabályozásának kérdéséről szól, már nem kifejezetten egy ágazat kontextusában. Az első lépés az, hogy a magunk számára is tisztázzuk, milyen értékeket is akarunk érvényesíteni a platformokkal kapcsolatban, milyen szabályozási módszerekkel és kinek kellene őket érvényesítenie. Az értékek, amelyeket felsorolnak, nagyon hasonlítanak azoknak az etikai kódexeknek az értékkészletére, amelyeket manapság százszám gyártanak különböző cégek és *think tanke*k a mesterséges intelligenciával és az automatákkal kapcsolatban: biztonság, a magánélet szentsége, átláthatóság, (adat)pontosság, minőség, hozzáférhetőség, felelősség, elszámoltathatóság. Persze ezeknek az általános megfogalmazott értékeknek, de különösen a méltányosság és az elfogulatlanság értékeinek mindig kétséges az értelmezése. Ugyanakkor az is igaz, hogy jelenleg ennél jobb ötlete senkinek sincsen.

Ami pedig a konkrétumokat illeti, az első fontos javaslat, hogy a platformokon összegyűjtött adatoknak – persze kivételekkel – közkincsnek kell lenniük. A platformokat arra kell kényszeríteni, hogy osszák meg az (aggregált, tehát személyes jellegüktől megfosztott) adataikat a társadalommal, és ezzel egyidőben tegyék transzparenssé, hogy honnét hová kerülnek az adatok, hogyan használják fel őket. Talán valamiféle nagy adatnyilvántartásra lenne szükség, amely mutatja a pillanatnyi adatáramlásokat, ahogy egy modern társadalomban a pénz útját is nyomon tudjuk követni – mondják a szerzők. A nyomon követésre pedig adja magát a *blockchain* technológia, amely hitelesen tudná tárolni az „adatokról szóló adatokat”. Van Dijckék kiemelik az Open Data kezdeményezések fontosságát is ebben az összefüggésben, és a civil szervezeteket, amelyeknek nagy szerepet szánának az ellenőrzés folyamatában.

A másik érdekes javaslat szerint ahhoz, hogy ne az amerikai tech-óriások uralják ezt a szcénát, az

18 ■ Részletesen: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2016-01-28/s-o-paulo-brazil-gives-cities-a-blueprint-for-dealing-with-uber-and-lyft>

államoknak bizonyos szolgáltatásaikat is platformizálniuk kellene. Például ahhoz, hogy ne a Facebook-fiókkal kelljen magamat lépten-nyomon igazolni, ki kellene építeni egy állami azonosítási rendszert, amellyel megkerülhető a közösségi média. Lehet gondolkodni ennél ambiciózusabb célokban is: legyen kényelmes ügyintézési platform, ahol minden szolgáltatást el tudok érni. Itt ismét emlékeztetek arra, hogy ez bizony komoly bizalmat és bizonyos adatvédelmi elvek újragondolását feltételezi. És persze azt, hogy a kormányzatok kezdjék el jobban megérteni a platformok logikáját, hiszen jelenleg felkészületlenek, nem értik az üzleti modelleket, a szoftverek működését, az adatok áramlását.

Az epilógusban Van Dijck arra a mára már széles körben hangoztatott és kárhoztatott tényre irányítja rá újra a figyelmet, hogy míg a két világhatalom, az USA és Kína kiépítette a saját platform-ökoszisztémáját, az EU-ban nincs ilyen, az EU nagyobbbrészt az amerikai platformokra szorul rá. Számos intő jel figyelmeztet arra, hogy a kontroll nélküli platformok a választási manipulációk, az álhírek és gyűlöletbeszéd új terepei, amivel az EU vajmi keveset tud kezdeni. Van Dijck szerint az EU-nak mégis van perspektívája és mozgástere, mert az EU lehet az első olyan szabályozó, amely valóban a közösségi értékek szerint és szektorokon átívelő módon, komplex (*multi-stakeholder*) megközelítéssel oldhatja meg a platformok szabályozását.

Cohen könyve, ahogy említettem, kifejezetten jogi megközelítést alkalmaz, és a szabályozási kérdések kapcsán is megőrzi ezt a perspektívát. Abból indul ki, hogy a platformok jelenleg alapvetően nem felelősek a rajtuk zajló tevékenységekért, hiszen csak közvetítő szolgáltatók. Ezt a konstrukciót Cohen politikai kontextusba ágyazza: az utóbbi évtizedekben az amerikai politika és közbeszéd (nem függetlenül a Szilícium-völgyi tech-óriások tudatos közvéleményformáló aktivitásától) abba az irányba tolódott el, hogy a szabadpiacnak, az innovációnak, a „teremtő rombolásnak”, a deregulációnak kell teret adni, a szabályozás és a kormányzati beavatkozás csupán szükséges rossz. Erre csak ráérősített az, hogy az ipari kapitalizmusra modellezett beavatkozási, szabályozási módszerek – ahogy azt fentebb több példán is láttuk – nem alkalmazhatók az információs kapitalizmus világában. Az ipari kapitalizmus gazdaságsszabályozásának két pillére volt: a veszélyek elhárítása (egészség- és balesetbiztonság), valamint a *fair* verseny biztosítása. Ugyanakkor a szabályozás beállt, szilárd határokkal rendelkező piacokon történt, amelyeken jellemzően jól definiálható termékeket és szolgáltatásokat értékesítettek, és a vévőkről szereshető információ limitált volt. Mindez már nem áll az információs piacokra. Többoldalú, nehezen definiálható határu piacok, csoportonként eltérő árazási technikák, ragadozó árazás, vertikális integráció jellemzi őket, ami elképesztő szolgáltatáskavalkáddal párosul, nehezen érthető struktú-

rakkal, stratégiákkal, és főképpen az egész működés szívében: nehezen érthető algoritmusokkal, amelyek a felhasználók minden rezdülését detektálják, tárolják és belőlük folyamatosan következtetéseket vonnak le, hogy hirdetésekkel és ajánlásokkal bombázzák őket.

Mi hát a megoldás? A tendenciák most arra utalnak, mintha a platformokat a *common carrier* vagy *public utility* jogi konstrukcióival igyekeznének meg szabályozni. Ezek a fogalmak az amerikai *antitrust*-jogból származnak, és a pazarló párhuzamosságok elkerülésére a sín-, cső- vagy vezetékhalózatok, illetve kritikus műtárgyak kötelező és diszkriminációmentes átengedését írták elő a konkurenszeknek. A netsemlegesség koncepciója (amely arról szól, hogy az internetszolgáltatók nem részesíthetnek előnyben vagy különböztethetnek meg hátrányosan egyes szolgáltatókat) lehet, hogy hamarosan „platformsemlegességgé” alakul át, azaz a platformok számára is hamarosan kötelezővé tehetik, hogy bizonyos szolgáltatásokat egyenlően biztosítsanak, ne alkalmazzanak diszkriminációt az egyes felhasználókkal szemben.

Fontos szempont, hogy a platformvilágban minden adat és algoritmus. A szabályozó hatóságoknak az adatok és algoritmusok közegeiben is kompetenciát kell szerezniük, ha szabályozási szempontból kordában akarják tartani a platformokat. A szakértők, akikre a szabályozó hatóságok támaszkodnak, már jelenleg is hatalmas szerepet játszanak, pedig gyakran valamilyen lobbicsoporthoz kötődnek. Cohen azzal kezdi a szabályozási fejezetet – bár nem a platformokkal kapcsolatos (hanem a technológiával általában) –, hogy felidézzi a Volkswagen dízelbotrányát, amelyben a manipulált szoftver évekig megtévesztette a hatóságokat, és egy független szakértői csoport fedezte fel a turpisságot. De hogyan kontrollálható a Google kereső algoritmus, ha mondjuk elfogulatlanságot vagy versenysemlegességet akarunk rajta számonkérni? És hogy a helyzet még cifrább legyen, a platformvilágban minden nagyon gyorsan változik. Bármilyen szabályozást igyekeznek is kidolgozni, elképzelhető, hogy már egy hónap múlva sem lesz érvényes, mert az üzleti modell, a piaci konstelláció vagy a használt technológia elavul, vagy egyszerűen kivezetik.

A megoldást Cohen az együtt- (vagy társ-) szabályozásban látja, amelyben az alapelveket a kormányzat fekteti le előre, de a részleteket maguknak a szabályozottaknak kell kidolgozniuk, majd vállalniuk a betartását. A szabályozottak által kidolgozott részletek gyakran irányulnak gyorsan változó technikai kritériumokra, de ebben a rendszerben az a jó, hogy ezeket rugalmasan lehet változtatni, persze a szabályozókkal egyetértésben. Végül ebben a modellben maguk a szabályozottak ellenőrzik a megfelelésüket.

Bár Cohen meglátásaival nagyobbbrészt egyet értek, ezen a ponton erősek a kételyeim. Ez talán szocializációs kérdés is: itt, Kelet-Európában nehéz

elképzelné, hogy a kormányzat nem ír elő minden apró részletet előre, hanem nekünk is részt kell vennünk, nemcsak a saját érdekeinket, hanem a közösségi érdekeket is szem előtt tartva, a szabályok kidolgozásában. Majd pedig tisztességesen be kell tartanunk őket, sokszor önmagunkat ellenőrizve. Nekem azonban úgy tűnik, hogy ez a modell nem csak nálunk nem működik: a platformvilágban, úgy vélem, túljutottunk azon a ponton, hogy így lehessen rendezni a kérdéseket. A fentebb leírt borús környezetben, a közelmúlt botrányait (például a Cambridge Analytica botrányát) átélve, önbevalláson, önmérsékleten, önellenőrzésen alapuló rendszereket felállítani szerintem már túl késő. Mellesleg az önellenőrző-önbevalló megfelelési rendszerek elégtelenségére a közelmúltban a Boeing-tragédiák igen élesen mutattak rá.¹⁹

EPILÓGUS

A két könyv elolvasása után az olvasón kicsit a kilátástalanság lesz úrrá. Az egész helyzet reménytelenül bonyolultnak tűnik a kódokkal, a technikai sztenderdekkel, a határokon átnyúló, mindent uraló vállalatokkal és a már kialakult, nyomasztó amerikai fölényel. Ugyanakkor világos, hogy platformok nélkül már nem lehet elképzelni a világunkat, főképp azért nem, mert a platform nem egyszerűen csak egy szoftver- vagy weblapfajta, hanem – véleményem szerint – a Kornai János-féle általános koordinációs mechanizmus,²⁰ amely a piaci, a bürokratikus, az etikai stb. koordináció mellé lép be („algoritmus koordináció”), és egyben át is alakítja ezeket a régebbi mechanizmusokat. A platformok ennek a koordinációs mechanizmusnak szisztematikus manifesztálódásai az egyes ágazatokban. Ezért tudnak mindenhol megjelenni, és olyan hatékonyak lenni, sőt „invazív fajként” szinte kiszorítani mindenhonnan a hagyományos szervezeteket, amelyek a régi koordinációs mechanizmusokkal dolgoznak. Így uralják az oktatást, a közlekedést, a logisztikát, az egészségügyet és a különböző gazdasági szférákat. Ijesztő, hogy ez a koordinációs mechanizmus a társas érintkezésünkben is megjelenik, és kihasználja, lefölözi, kommercializálja az életvilágunkat, barátságainkat, kapcsolatainkat.

Ugyanakkor még van mozgásterünk, kordába soríthatjuk a platformokat.

Először is, nem kell irreális célokat kitűznünk. Néhány hagyományos struktúrának búcsút mondhatunk. Szokjunk hozzá a változáshoz. Persze lesz, amit sajnálunk: a nagy nyomtatott újságokat a szerkesztőségeikkel együtt vagy a talán sosem létezett demokratikus nyilvánosság hagyományos tereit. Én azonban egyáltalán nem sajnálom, hogy eltűnnek a taxitársaságok, a hagyományos tömegközlekedés, a kaotikus betegirányítás az egészségügyből, és nem sok könnyet ejtenék az állami bürokrácia teljes eltűnéséért sem, amelyet egy jól szervezett elektronikus

kormányzat vált fel, fejlett platformmegoldásokkal. Másodsor: el kell kezdenünk valóban beszélgetni arról, hogy melyek a megóvandó közös értékeink. Az, hogy az életünket és a testi épségünket, egészségünket meg kell óvni, nem vitás, de már itt is feltehetőek zavarba ejtő kérdések, amelyekre nem mindenki ad majd azonos választ. Például köteles-e egy magánkórház megosztani az egészségügyi adatait egy elképzelt egészségügyi platformon annak érdekében, hogy a diagnózisok még pontosabbak legyenek, akár úgy is, hogy ezzel saját versenyelőnyét veszélyezteti? És ha a testi épségnél „feljebb” megyünk ezekkel az értékekkel, egyre több lesz a kétség. A taxiszcénában vajon a taxistársadalom, vagy az utasok érdekei számítanak, és ha az utóbbiak, akkor ezt inkább a hatósági vagy a keresletfüggő árazás szolgálja-e jobban? Ha a platformokat hatékonyan akarjuk kontrollálni, ezekről a célokról és értékekről minimális egyetértésre kell jutnunk. Ha nem jutunk el ideig, marad a betiltás, a bírságolás, vagy a teljes szabadjára engedés. □

19 ■ A Boeing 737 Max repülő katasztrófái egyik okának a *Times* a Boeing és a Szövetségi Repülésügyi Hatóság mint szabályozó közötti „bensőséges viszonyt” tartja. A Boeing ugyanis nagyrészt saját maga végezte el azokat az ellenőrzéseket, amelyeket a légügyi hatóságnak kellett volna, de nem volt rá apparátusa. Alan Freeman: De-regulation has its consequences, as proven by Boeing catastrophe. *IPolitics*, 2019. augusztus 16. <https://ipolitics.ca/2019/08/16/de-regulation-has-its-consequences-as-proven-by-boeing-catastrophe/>

20 ■ Kornai János: Bürokratikus és piaci koordináció. *Közgazdasági Szemle*, 30 (1983. szeptember), 9. szám, 1025–1038. old.; uő: *A szocialista rendszer. Kritikai politikai gazdaságtan*. HVG, Bp., 1992. 122–139. old.