

Regulacija digitalnih
monopola i proizvodnja
javnog bogatstva

TONI PRUG



Autor/Author:

Toni Prug

Naslov/ Title:

Regulacija digitalnih monopola i proizvodnja javnog bogatstva/The regulation of digital monopolies and the production of public wealth

Uredništvo serije/ Series editorial board:

Paško Bilić, Jaka Primorac, Aleksandra Uzelac

Prijelom/ Layout:

Dragana Markanović

Nakladnik/ Publisher:

IRMO - Institut za razvoj i međunarodne odnose
(Institute for Development and International Relations)

Lj. F. Vukotinovića 2, HR-10000 Zagreb

Za nakladnika/ For the Publisher:

dr. sc. Sanja Tišma, Ravnateljica IRMO/ IRMO Director

The platEU REFLECTIONS has been published with the support of the Erasmus+ Programme of the European Union, within the framework of activities of the Jean Monnet Project 'European Union Policies and the Platformisation of the Cultural and Audiovisual Sectors' / platEU (620223-EPP-1-2020-1-HR-EPPJMO-PROJECT). It brings concise policy-oriented analysis and case studies addressing current issues in cultural and media policy research and practice, as well as critical analysis on the different issues reflecting the themes of the platEU project. More information about the project is available at: <https://plateu.irmo.hr/en/>

The publication reflects the views of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

platEU osvrti rezultat su rada na projektu 'Javne politike Europske unije i platformizacija kulturnog i audiovizualnog sektora' / platEU (broj: 620223-EPP-1-2020-1-HR-EPPJMO-PROJECT) koji je sufinanciran sredstvima programa Europske unije Erasmus+. platEU osvrti donose policy orijentirane analize aktualnih tema iz područja istraživanja i praksi kulturnih i medijskih politika te kritičke analize raznorodnih tema od interesa za platEU projekt. Više informacija o projektu dostupno je na mrežnoj stranici plateu.irmo.hr.

Ova publikacija odražava isključivo stajalište autora publikacije i Komisija se ne može smatrati odgovornom prilikom uporabe informacija koje se u njoj nalaze.

Sadržaj

Sažetak.....	2
Uvod.....	3
Povijest javne proizvodnje i suvremene prepreke.....	4
Društveno oblikovanje proizvodnje: javno bogatstvo	5
Od javnog zdravstva do javnih digitalnih platformi.....	6
Literatura:.....	7
Abstract.....	8
O autoru/ About the Author:.....	9

Sažetak

Zemlje širom svijeta pokušavaju regulirati digitalne platforme zbog narušavanja tržišnog natjecanja, posrednog i neposrednog utjecaja na medijsku industriju te slabog ili nepostojećeg doprinosa javnim financijama u zemljama u kojima ostvaruju prihode. Bitne društvene funkcije koje obavljaju dominantne digitalne platforme za sada ostaju izvan regulacijskih okvira podređene isključivo profitnoj logici. Promjenom teorijske paradigme o proizvodnji bogatstva mogao bi se otvoriti prostor regulacijskim politikama za modifikaciju karaktera digitalnih platformi tako da ih se približi logici javnog bogatstva, odnosno društvenoj konfiguraciji proizvodnje koju poznajemo iz domena poput javnog zdravstva i znanosti.

Uvod

Zemlje širom svijeta pokušavaju obuzdati moć tehnoloških divova u ime javnog interesa. Pri tom se služe nizom postojećih i novih mehanizama: od reinterpetacije stoljetnog [antimonopolskog zakonodavstva u SAD-u](#) do novih zakona kao što je predloženi paket [Zakona o digitalnim uslugama u Europskoj uniji](#). Fascinira količina energije, vremena i javnog novca uloženi u korištenje postojećih zakona i stvaranje novih, pogotovo nakon 30 godina *laissez-faire* pristupa digitalnim tržištima na krilima idealiziranja tržišne samoregulacije i tehnologije kao samodostatne spasiteljice. Ipak, dugoročni su učinci novih inicijativa u velikoj mjeri nejasni: je li njihov cilj ponovno uspostavljanje konkurencije na digitalnim tržištima ili osiguravanje drugih društvenih dobiti? Iako je uspostavljanje konkurencije kod osnovnih digitalnih usluga moguće i poželjno, kada je riječ o društvenim mrežama to nije tako jednostavno. Naime, da bi bile smislene, one ovise o velikom broju korisnika. Koja je svrha društvene mreže ako većina ljudi s kojima bismo željeli stupiti u kontakt nije na njoj? Zbog toga bi se i u slučaju uspostave konkurencije koju regulatori priželjkiju pojavila snažna tendencija objedinjavanja u jedan sustav.

Slično komunalnim uslugama (vodovod, plin, struja) čija distribucija zahtijeva jedinstvene cjevovode do naših domova, digitalno društveno umrežavanje ima daleko više smisla ako je objedinjeno. Mada su u ranoj fazi, kao i komunalne usluge, [digitalne platforme ovisile o javno financiranoj znanosti i tehnologiji](#), u kasnijoj su fazi uglavnom privatno financirane. Kada su platforme usavršile svoj poslovni model, jeftinijim i preciznije ciljanim oglasima su preuzele veliki dio marketinških budžeta. Time su osudile na propast mnoge lokalne proizvođače vijesti i drugih sadržaja koji ovise o oglasima. Kako bi oglašivačima mogle ponuditi plasman reklama koji se što preciznije poklapa sa profilom korisnika, razvile su algoritme koji im prikazuju sadržaj sličan onome koji korisnici već preferiraju. Rezultat je [kognitivno zarobljavanje korisnika](#) u kojem jedva da postoji privid kontrole nad filtriranjem i prikazivanjem sadržaja.

Proizvođači sadržaja su u ovakvom modelu zatvoreni u začarani krug. Pad prihoda od oglasa ih prisiljava na agresivnije traženje nove publike, a kako se publika najviše služi društvenim mrežama za pronalaženje medijskih sadržaja, moraju na njih plasirati svoje sadržaje. Time sebi rade višestruku štetu: predaju besplatno sadržaj platformama; dodatni korisnički podaci su platformama sirovina za još precizniju proizvodnju ciljanih oglasa; platforme postaju još privlačnije oglašivačima, dodatno smanjujući dio marketinškog budžeta koji ide proizvođačima sadržaja. No proizvođači sadržaja nemaju drugog izbora. U tako oslabljenoj poziciji, dodatno su suočeni s promjenjivim pravilima o uključivanju njihovih proizvoda na digitalne platforme, a platforme u ulozi posrednika izvlače nesrazmjernu dobit.

Postoje inicijative za adresiranje ovih problema preraspodjelom dobiti prema industriji vijesti koja je u teškom stanju, poput [Kodeksa obveznog pregovaranja za](#)

[medije i digitalne platforme](#) u Australiji. Međutim, one ne rješavaju glavni problem, odnosno slabo regulirani poslovni model platformi izgrađen na monopolu nad kontrolom, obradom i komercijalizacijom osobnih podataka. Nastavljanje uzdizanja savršene konkurencije kao krajnjeg normativnog cilja za regulaciju ovih tržišta garantira isključivo novi ciklus natjecanja resetiranjem početnih pozicija za novu utrku ka stvaranju privatnog bogatstva i komodifikacije podataka.

Povijest javne proizvodnje i suvremene prepreke

No što ako savršeno natjecanje prestane biti normativni cilj i ako taj cilj zamijenimo konceptom koji prepoznaje drugačije društvene načine proizvodnje tako da više ne smatramo da je stvaranje privatnog bogatstva jedini način postizanja napretka društava i ekonomija? To bi zahtijevalo priznavanje prava političkih zajednica da utječu na društvene oblike i konfiguracije u kojima se bogatstvo proizvodi, regulira i alokira. U drugoj polovici 20. stoljeća kad je eksplodirala proizvodnja javnog bogatstva afirmacija tog prava ostvarila se kejnezijanskim teorijama i nadgradnjama kejnezijanskih narativa na neoklasični analitički okvir. Nepostojanje afirmativnih koncepata i teorija javnog bogatstva postaje vidljivo s krizom socijaldemokracije i pratećim padom kejnezijanskih politika, nakon čega dolazi do kanonizacije i ogoljene dominacije neoklasične teorije. Desetljećima dugo zarobljavanje kreiranja politike od strane neoklasičnih ideja koje u svojim početnim pretpostavkama isključuju javno bogatstvo kao zasebni društveni oblik proizvodnje ukazuju na to da je afirmativan teorijski i analitički okvir za razumijevanje različitosti načina i konfiguracija proizvodnje nužan.

Dvije su prepreke pred kreatorima politike ako žele promovirati takav afirmativan pristup: prvo, teorije i narativi mainstreama ekonomske struke, i drugo, moć lobiranja profitno vođenih poduzeća. Mainstream ekonomija teoretizira proizvodnju javnog bogatstva kroz negativne pojmove poput "tržišnog neuspjeha" i usko primjenjive koncepte poput "[javnih dobara](#)", odnosno proizvoda koji se potrošnjom, tj. korištenjem ne iscrpljuju, niti se korištenjem isključuje druge potrošače (npr. ulična rasvjeta). Iz takve perspektive, javna proizvodnja je opravdana isključivo kada tržišta ne mogu funkcionirati kako se od njih očekuje, ili kada karakter proizvoda onemogućava da se korištenje individualno naplaćuje. No znatan dio najvećih stavki iz budžeta javno financirane proizvodnje, poput znanosti, zdravstva, školstva, skrbi, se može proizvesti tržišno i naplatiti individualno. Drugim riječima, proizvodi tih sektora ne zadovoljavaju usko postavljene kriterije neoklasičnih javnih dobara. Unatoč uskosti i minimalnoj primjenjivosti ovih ekonomskih kategorija i pripadajuće teorije te unatoč tome što se kategorizacija vrši

preko obilježja potrošnje, ekonomska je struka ove koncepte i teorije nametnula kao temeljnu argumentaciju za privilegiranje specifičnog društvenog oblika proizvodnje.

S obzirom na to da se proizvodnja roba za tržišta vođena profitnom logikom smatra jedinim i u gotovo svim situacijama najučinkovitijim i najpoželjnijim načinom stvaranja bogatstva, među reakcijama na probleme monopolskih digitalnih platformi dominiraju regulacije i kazne u svrhu poboljšanja takve proizvodnje. Istovremeno, dok je EU uvela kazne protiv monopola i niz novih regulatornih paketa između 2014. i 2020. godine, Google, Amazon, Facebook i Apple [povećali su svoje proračune za lobiranje](#) u Bruxellesu za 510 posto. Samo u 2019. Google je potrošio 8 milijuna eura na lobiranje.

Društveno oblikovanje proizvodnje: javno bogatstvo

Drugačiji pristup razumijevanju problema digitalnih monopola moguć je usvajanjem ideje da je [sva proizvodnja društveno oblikovana](#). Iz takve perspektive moguće je govoriti o [javnoj proizvodnji](#) koja ne proizvodi s profitnim ciljem, čiji proizvodi nisu tržišno alocirani. Društveni oblik takvih proizvoda nije roba, već možemo govoriti o specifičnom, javnom obliku bogatstva. Bez desetljeća takve [javne proizvodnje u sferama znanosti i tehnologije](#) današnje privatne digitalne platforme nisu zamislive. Platforme ne moraju biti financirane oglašavanjem, niti prvenstveno vođene profitom. Proizvodi, ali i čitavi sektori, mogu biti javni, profitni ili, kao što je često slučaj, rezultat kombinacije različitih načina proizvodnje.

Sama javna proizvodnja ne može riješiti postojeće probleme monopolskih digitalnih platformi. Uz nužno preusmjeravanje plaćanja poreza onim državama u kojima korisnici platformi žive, zatvorenost platformi i njihov monopol na dijeljeni sadržaj i korisničke podatke je potrebno otvoriti regulacijom. Ako bi se sadržaji koje dijelimo i dio [anonimiziranih digitalnih tragova](#) koje ostavljamo otvorili putem zakonima i tehničkim standardima propisanih javnih sučelja za programiranje aplikacija (API), digitalni sadržaji i izabrani aspekti naših interakcija bi mogli biti dostupni svim zainteresiranim akterima. Time bi se omogućilo da profitni i javni sektor zajedno stvaraju inovacije izvan danas striktno zatvorenih i netransparentnih platformi.

Od javnog zdravstva do javnih digitalnih platformi

Problem s kojim se danas susrećemo, nigdje tako bolno očit kao u slučaju [COVID-19 cjepiva](#), jest da nema jasnog razumijevanja da je za određene društvene funkcije i određene vrste proizvoda društveni trošak opskrbe profitnom, tržišnom proizvodnjom previsok. Drugim riječima, kada kod nekih proizvoda, pa čak i cijelih sektora, dominira podređenost profitnoj logici, više je društvene štete nego koristi. U Hrvatskoj je javno zdravstvo od samog početka oblikovao njegov pionir Andrija Štampar, kasnije prvi predsjednik Svjetske zdravstvene organizacije, načelima srodnim ovdje opisanom javnom bogatstvu. Njegovi [principi](#) da „liječnik ne smije biti ekonomski ovisan o bolesniku“ te da se „ne smije raditi razlika između ekonomski jakih i slabih (egalitarizam)“ ukazuju na fundamentalno drugačiju logiku i društveno oblikovanje proizvodnje u javnom zdravstvu: profit nije cilj, finalni proizvod ne zadobiva oblik robe, alokacija nije tržišna i ne ovisi o individualnom bogatstvu potrošača.

Digitalne platforme su područje u kojem se čini neizbježno da se regulacijskim politikama omoguće i potiču [različiti, a ne samo profitni](#) društveni oblici proizvodnje. Takvom bi se društvenom konfiguracijom proizvodnje te otvorenosti protokola, podataka i interakcija aktera stvorili uvjeti za kombiniranje demokratskih modela deliberacije i stručnosti, planirane i tržišne proizvodnje, javnog i privatnog bogatstva. Ako se digitalne platforme i društvene mreže ipak ostave isključivo profitnoj logici proizvodnje, pogotovo s obzirom na monopolističke tendencije koje su posebno jake u digitalnoj sferi, teško je zamisliti ostvarivanje društvenih, političkih i ekonomskih potencijala digitalnih platformi i mreža unutar trenutnog modela.

Literatura:

1. Abbate, J. (1999) *Inventing the Internet*, MIT Press.
2. Australian Communications and Media Authority (2021), *The News Media and Digital Platforms Mandatory Bargaining Code*
<https://www.acma.gov.au/news-media-bargaining-code>
3. Bilić, P., Prug, T. i Žitko, M. (2021) *The Political Economy of Digital Monopolies: Contradictions and Alternatives to Data Commodification*, Bristol University Press.
4. Car, V. (2019), *Recenzija Anya Schiffrin (ur.) - In the service of power: media capture and the threat to democracy*, *Anali Hrvatskog politološkog društva: časopis za politologiju*, 16:1, <https://hrcak.srce.hr/231547>
5. Cavallone, E. (2020) *Tech giants are serious about lobbying in Brussels*, Euronews <https://www.euronews.com/2020/01/14/tech-giants-are-serious-about-lobbying-in-brussels>
6. European Commission (2021), The Digital Services Act package,
<https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/digital-services-act-package>
7. USA Federal Trade Commission, The Antitrust Laws,
<https://www.ftc.gov/tips-advice/competition-guidance/guide-antitrust-laws/antitrust-laws>
8. Google (2021) *Kako Google anonimizira podatke*
<https://policies.google.com/technologies/anonymization?hl=hr> (Pristupljeno: 28.11.2021.)
9. Gosh, J. (2020) *Next steps for a people's vaccine*, Social Europe
<https://socialeurope.eu/next-steps-for-a-peoples-vaccine>
10. Kesner-Škreb, M. (1993) *Javna dobra*, *Financijska praksa*, 17:3, str. 295-297
http://www.ijf.hr/pojmovnik/javna_dobra.htm
11. Nastavni zavod za javno zdravstvo Andrija Štampar (2021), *Na današnji je dan rođen dr. Andrija Štampar* <https://www.stampar.hr/hr/novosti/na-danasnji-je-dan-roden-dr-andrija-stampar>
12. Prug, T. (2020) *Što proizvodi javni sektor? O važnosti društvenih formi proizvodnje*, Hrvatsko Sociološko Društvo, Sociologija iz izolacije
<http://hsd.hr/hr/2020/06/02/sto-proizvodi-javni-sektor-o-vaznosti-drustvenih-formi-proizvodnje/>
13. Prug, T. (2017) *Poduzetnička država Mariane Mazzucato*
<http://ideje.hr/poduzetnicka-drzava-mariane-mazzucato-do-razvitka-planski-bez-poveza-ocima/>
14. Sekera, J. (2020) *The public economy: Understanding government as a producer. A reformation of public economics*, UCL Institute for Innovation and Public Purpose <https://www.ucl.ac.uk/bartlett/public-purpose/publications/2020/jan/public-economy-understanding-government-producer>

Abstract

Countries around the world are trying to regulate digital platforms because of their distortion of competition, direct and indirect impact on the media industry, and little or no contribution to public finances in the countries where they generate revenue. The important social functions performed by the dominant digital platforms still remain outside the regulatory frameworks, subordinated exclusively to the logic of profit. Changing the theoretical paradigm of wealth production, a space could open up for regulatory policies capable of modifying the character of digital platforms by bringing them closer to the logic of public wealth, the social configuration of production we are familiar with from domains such as public health and science.

O autoru/ About the Author:

Toni Prug predaje na Filozofskom fakultetu u Rijeci, Odjel za kulturalne studije. Doktorirao je 2014. godine na School of Business and Management, Queen Mary, University of London. Autor je knjige (s Paškom Bilićem i Mislavom Žitkom) *The Political Economy of Digital Monopolies: Contradictions and Alternatives to Data Commodification* (Bristol University Press, 2021). Deset godina je radio kao inženjer i arhitekt softvera, mreža i IT infrastrukture.

Toni Prug is teaching at The Faculty of Humanities and Social Sciences, Department of Cultural Studies, University of Rijeka. He received his PhD in 2014 at the School of Business and Management, Queen Mary, University of London. He is the author (with Paško Bilić and Mislav Žitko) of *The Political Economy of Digital Monopolies: Contradictions and Alternatives to Data Commodification* (Bristol University Press, 2021). For ten years he was working as a software, networks and infrastructure engineer and architect.

Jean Monnet projekt 'Javne politike Europske unije i platformizacija kulturnog i audiovizualnog sektora / platEU (broj: 620223-EPP-1-2020-1-HR-EPPJMO-PROJECT), koji je sufinanciran sredstvima programa Europske unije Erasmus+, orijentiran na razmjenu znanja o utjecaju javnih politika Europske unije na platformizaciju kulturnog i audiovizualnog sektora.

The Jean Monnet Project 'European Union Policies and the Platformisation of the Cultural and Audiovisual Sectors' / platEU (620223-EPP-1-2020-1-HR-EPPJMO-PROJECT) has been supported by the Erasmus+ Programme of the European Union. It aims to promote discussion and reflection on the role that European Union policies have on the online platforms impacting cultural and audio-visual sectors.

With the support of the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Institut za razvoj i međunarodne odnose
Odjel za kulturu i komunikacije
LJ. F. Vukočinovića 2, HR-10000 Zagreb

Institute for Development and International Relations
Department for Culture and Communication
LJ. F. Vukočinovića 2, HR-10000 Zagreb

Tel. +385 1 48 77 460

Fax. +385 1 48 28 361

plateu@irmo.hr

<http://plateu.irmo.hr/>

<http://www.irmo.hr/>

plateu