



37. Országos Tudományos Diákköri Konferencia

Állam- és Jogtudományi Szekció

Budapest, 2025. március 24–26.

Rendező intézmény:

Károli Gáspár Református Egyetem

Állam- és Jogtudományi Kar



Állam- és Jog-
tudományi Szekció

**A KÖZVETÍTŐ SZOLGÁLTATÓK SZEREPE ÉS
FELELŐSSÉGE AZ EURÓPAI UNIÓ DIGITÁLIS PIACÁN**

Kézirat lezárásának dátuma:

2024/12/11.

MI NYILATKOZAT

Ezúton nyilatkozom, hogy a „*A közvetítő szolgáltatók szerepe és felelőssége az Európai Unió digitális piacán*” c. tudományos munka elkészítése során fordítási munkálatokhoz a mesterséges intelligencián (Chat GPT-4, Google Translate, DeepL) alapuló nyelvi segítséget vettem igénybe. Az MI-alapú eszközök szerepe kizárólag az idegen nyelven íródott források pontosabb megértésében állt, hogy egy precízebb képet kaphassak a jelentések, szakmai kifejezések és törvényszövegezek kapcsán.

Minden egyéb szakmai tartalom, különösen a következtetések, értelmezések, a dolgozat felépítése, a téma kielemezése, a szöveg megfogalmazása saját szellemi munkám eredménye. Az MI-alapú segítség igénybevételével a dolgozat tartalmi integritását és eredetiségét mindvégig biztosítottam.

TARTALOMJEGYZÉK:

Bevezetés.....	4
I. A belső piac kihívásai a digitalizáció korszakában:	6
I.I. A digitális piac egységesítésére vonatkozó stratégia	6
I.II. Erőfölénnyel való visszaélés a digitális piacon	7
I.III. A közvetítő szolgáltatók és az üzleti felhasználók viszonya.....	10
I.IV. A P2B rendelet: Átláthatóság és tisztességes gyakorlatok a digitális piacokon	10
II. A 2000/31/EK irányelv korszaka	12
II.I. A safe harbour elv hatása a belső piacon a jogellenes tartalmak tekintetében	12
II.II. A felelősségi keret és a passzív közvetítői modell ösztönzése.....	13
II.III. Harmonizációs kihívások: szólásszabadság és jogellenes tartalom kezelése az EU-ban	14
III. Az új szabályozás – a DSA hatékonysága, fontossága és szerepe	17
III.I. A rendelet célkitűzései, új szabályozások	17
III.II. A rendelet 5 fő aspektusa.....	18
III.III. A platformok szerepe és kötelezettségei a DSA alapján	20
III.IV. A digitális szolgáltatások Unió szintű harmonizációja és nemzeti felügyelete	22
III.V. A hirdetések átláthatóságának szerepe és hatása	23
IV. A digitális piac kordában tartása: A DMA	25
IV.I. A Digital Markets Act a tisztességes verseny és az egységes digitális piacért	25
IV.II. A DMA megelőző szabályozási kerete és hatásai	26
IV.III. Kapuőrök kötelezettségei a piaci verseny szempontjából.....	26
IV.IV. Kapuőr minősítési kérdések	27
V. A jövő bizonytalansága és új kihívások a belső piacon	29
V.I. Az „e-selyemút” kiváltotta aggodalmak	29
V.II. Az Ecommerce Europe nyílt levele	30
V.III. Nemzetközi perspektíva: USA és Kína viszonya az EU-s szabályozásokhoz.....	30
Konklúzió	33
Felhasznált források jegyzéke	34

Bevezetés

Az internethasználat az Európai Unióban (továbbiakban: EU) jelentős növekedést mutatott: 2010-ben a 16-74 év közötti korosztály 67% használta az internetet addigra 2023-ra ez a szám 91%-ra emelkedett.¹ Az internetet naponta használók száma is magas volt, az előzőekben felállított korosztályból 86% vette igénybe az internetet.² Ugyanebben az évben az Európai Unió polgárai – hasonló korosztályban – 70%-a rendelt online árukat vagy vett igénybe online szolgáltatásokat.³ Az ilyen adatok mutatják mennyire fontos a digitalizáció kapcsán az adott platformok – közvetítő szolgáltatók – felelősségének a vizsgálata, hiszen az internet teremtette lehetőség miatt folyamatosan igénybe vesszük őket a mindennapjainkban.

Az EU polgárainak elvárásai és aggodalmai a digitális átmenettel kapcsolatban szintén megerősítik a felelősségre vonás és az átláthatóság fontosságát a digitális piacnak. Az 532. számú Eurobarométer-felmérés szerint a válaszadók 26%-a úgy véli, hogy országuknak elsősorban az álhírek és az illegális tartalmak elleni védelemre kellene összpontosítania. Ezen felül a válaszadók 74%-a úgy gondolja, hogy hatékonyabb adatkezelési eszközök, mint például a biztonságos digitális azonosítás jelentősen megkönnyítenék a digitális technológiák napi használatát. A digitális jövőre vonatkozóan az EU-s polgárok 82%-a fontosnak ítéli a digitális technológiák használatát az online kapcsolattartásban, és 81% hasonlóképpen gondolja a közszolgáltatások online elérésének jövőbeni szerepére.⁴

Ezek alapján a közvetítő szolgáltatók szerepét a következő kulcspontokban foglalnám össze:

1. Az online hozzáférés javítása, mivel alapvető szerepük van az online áruk és szolgáltatások könnyebben elérhetőségeért. 2. Elősegítik a digitális piacok szabályozását – noha ez nem feltétlenül áll mindig szándékukban – mégis az utóbbi néhány évben az EU rendeletalkotásai megsokszorozódtak, hogy korlátok közé tudják szorítani az óriás tech-cégek. 3. A tisztességes versenyt biztosítani kell, a közvetítő szolgáltatók felelősséggel tartoznak azért, hogy ne éljenek vissza piaci helyzetükkel. 4. A digitális piacon az adat jelentősége – különösen a fogyasztói – felértékelődött fejlődött, aminek áramlását és védelmét határozottan és átláthatóan biztosítani

¹ Eurostat, „Digital economy and society statistics - households and individuals” 4. ábra. elérhető: https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Digital_economy_and_society_statistics_households_and_individuals#Use_of_internet (letöltés: 2024.11.12.)

² Eurostat, i.m. 5. ábra

³ Eurostat, i.m. 8. ábra

⁴ European Commission, „The Digital Decade”, 532. számú, Special Eurobarometer, 6. o. elérhető: https://d110erj175o600.cloudfront.net/wp-content/uploads/2023/06/14123808/Digital_decade_sp532_summary_en.pdf (letöltés: 2024.11.12.)

kell. 5. A közvetítő szolgáltatók felelősek a platformjaikon megjelenített jogellenes tartalmakért, visszaélésekért, előnyben részesítésekért is, – ezért is fontos a következetes tartalommoderálás – mivel a jelen korban már elengedhetetlen az, hogy ne vennénk igénybe napi szinten a szolgáltatásaikat.

Kutatásom során az egységes piac digitalizációs kérdéseire fektettem a hangsúlyt. Kísérletet tettem a felelősségrendszer kialakulásának és fejlődésének vizsgálatára az online közvetítő szolgáltatók tekintetében, különös figyelemmel a felelősségi helyzetükre, mivel a legközvetlenebb módon gyakorolnak kontrollt a piac széles köre felett.

Szükségessnek tartottam az Európai Unió szerveinek a megközelítését vizsgálni arra, hogyan tervezik a digitális egységes piac megvalósítását és annak regulázását. Belső piaci szempontból lényegesnek tartottam a nagyobb tech-óriások piactorzító viselkedéseinek megfigyelését, mivel ez hatással van az európai cégek versenyképességére, piacra való belépésükre és fennmaradásukra. A harmadik országbeli cégek jelentőségét vizsgáltam a belső digitális piacunkon és az EU viszonyát is görcső alá vettem ezekre nézve, továbbá az ahhoz tartozó egyes globális gazdaságpolitikai kérdéseket és aggályokat is analizáltam.

A témám fontosságát és aktualitását az alapozza meg, hogy a digitális közvetítők nélkül elképzelhetetlenné váltak mindennapjaink; legyen az egy egyszerű vásárlás, keresés, tartalomfogyasztás vagy üzenetváltás.

A kutatás elkészítéséhez többféle értelmezési módot is alkalmaztam, mivel a digitális piac összetett terület. Elsősorban célelvű értelmezést alkalmaztam, mivel véleményem szerint ez koherens érvelést biztosít – segít azonosítani a szabályozás indokoltságát – és a jövőbeli potenciát is vizsgálni tudtam. A szabályozási stratégiákat legfőképp olyan célkitűzések alapján vizsgáltam, hogy mi volt az eredeti indok a jogalkotónál, és ez mennyiben tudott kiteljesedni a későbbiekben. Ezen álláspontjaimat próbáltam életszerű, empirikus és konkrét esetekkel, példákkal ötvözni a gyakorlatiasság jegyében. Ezt fontosnak tartottam, mivel a cél kiteljesedése végső soron a példákban köszön vissza, hogyan sikerült – avagy nem sikerült – elérnie egy szabályozásnak, jogértelmezésnek a várt eredményt.

I. A belső piac kihívásai a digitalizáció korszakában:

I.I. A digitális piac egységesítésére vonatkozó stratégia

Az Európai Unió egységes belső piacát a Maastrichti szerződés hozta létre, aminek 4 alapvető célja az áruk szolgáltatások személyek és tőke szabad áramlása. A digitális egységes piacra vonatkozó Digitális Egységes Piac Stratégiát⁵ 2015-ben jelentette be az EU, melynek 3 fő pillére van: 1. jobb hozzáférés biztosítása a digitális javakhoz és szolgáltatásokhoz, 2. megfelelő környezet kialakítása a digitális hálózatok és szolgáltatások fejlődéséhez, 3. a digitális gazdaság növekedési potenciáljának maximalizálása. A kérdés ugyan nyitva áll, hogy 2030-ra sikerül-e mindezeket megvalósítani, de az EU jó úton jár. Az Európai Parlament hangsúlyozza, hogy a digitális egységes piac teljes potenciáljának kiaknázása érdekében elengedhetetlen a meglévő akadályok felszámolása és a széttagoltságának csökkentése.⁶

A jövőt az Európai Bizottsága (továbbiakban: Bizottság) határozott alapokra helyezte 2020-ban, amikor az „Európa digitális jövőjének alakítása” című, stratégiai dokumentumot megjelenteték. E kötelezettségvállalás végső soron kifejezi, mit kell tenni a digitális piac megfelelő működéséhez. A Bizottság azon állítása miszerint „Európa képes irányítani ezt a digitális átalakulást, és meghatározni a globális szabványokat a technológiai fejlődés terén” minden szempontból beigazolódott: az új rendeletek, mint a Digital Services Act (továbbiakban: DSA) és Digital Markets Act (továbbiakban: DMA) átszabták a piacot, és annak legfontosabb részvevőit, a közvetítő szolgáltatók felelősségi rendszerét.

A digitális átalakulást – és a piacfejlesztést – a Bizottság mindemellett nem csak a kontinensünkön kívánja megvalósítani, hanem kiterjesztené; „Egy Globális Digitális Együttműködési Stratégia elő fogja mozdítani az európai megközelítést a digitális átalakulás terén, amely az európai értékekre – köztük a nyitottságon – alapuló hosszú és sikeres technológiai, innovációs és találmányügyi történelmünkre épít (...).”⁷ A Bizottság által közölt Digitális Stratégiaterve⁸ alapján valósítaná meg a belső piac fejlesztését, mivel a digitalizáció

⁵ European Commission, „Digital Strategy”, elérhető: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en> (letöltés: 2024.11.16)

⁶ Európai Parlament, „Állásfoglalás Európa digitális jövőjének alakításáról” elérhető: https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/TA-9-2021-0261_HU.html#def_1_3 (letöltés: 2024.11.14)

⁷ European Commission, „Communication: Shaping Europe’s Digital Future” 7.o., elérhető: https://eufordigital.eu/wp-content/uploads/2020/04/communication-shaping-europes-digital-future-feb2020_en_4.pdf (letöltés: 2024.11.18)

⁸ European Commission, „Digital Strategy”, elérhető: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en> (letöltés: 2024.11.16)

elősegíti a határokon átnyúló kereskedelmet, a szolgáltatásokhoz való könnyebb hozzáférést, illetve az adatáramlást. Ebből az következik, hogy az EU céljai, szempontjai a gazdasági integráció és a versenyképesség növelését szolgálják. A digitális stratégia középpontjában a fogyasztók és vállalkozások érdekeinek védelme, valamint a globális technológiai fejlődés alakítása áll.⁹

Az Európai Unió népességet tekintve 2023-ban körülbelül 448,8 millió fő volt, ami jelentős fogyasztói bázist jelent a globális piacokon.¹⁰ Egy ilyen lehetőséget a világpiaci szereplők nem hagyhatnak figyelmen kívül; muszáj alkalmazkodni a szabályozáshoz. „A Bizottság minden rendelkezésére álló eszközt fel fog használni annak biztosítása érdekében, hogy mindenki tiszteltben tartsa az uniós jogszabályokat és a nemzetközi szabályokat, ezzel biztosítva az egyenlő versenyfeltételeket a digitális szektorban.”¹¹

I.II. Erőfölénnyel való visszaélés a digitális piacon

Az EUMSZ 102. cikkében megjelenő erőfölénnyel való visszaélés tilalmazása kapcsán sokszor nehézséget okoz megítélni mi számít annak és mi nem, különösen a digitális térben, mivel az hektikusan változik. A Bizottság hangsúlyosabban ellenőrzi a *Meta* vagy éppen a *Google* platformjaikat, hiszen az EU-s polgárok mindennapjai részévé váltak az általuk nyújtott szolgáltatások használata. Az ilyen cégek által diktált erőfölény szabályozása sohasem lehet eléggé kimerítő; a jogalkotás egyébként is csak „követni tudja” a digitális piac – illetve a technológiai – fejlődését, előtérbe kell, hogy kerüljön a gyors reagálás és a fejlődő jogértelmezés.

Épp ezért „a versenyjogi szabályok egyik jellegzetessége, hogy rendkívüli mértékben generalizált megfogalmazás útján, ún. funkcionális módszerrel szabályozzák a piaci szereplők magatartását”¹². E formula egy rugalmasságot is hordoz magában; a különböző iparágak különböző dinamikáival megbirkózva ezen általános megfogalmazás – „A belső piaccal összeegyeztethetetlen és tilos egy vagy több vállalkozásnak a belső piacon vagy annak jelentős részén meglévő erőfölényével való visszaélése, amennyiben ez hatással lehet a tagállamok

⁹ Európai Parlament, „A belső piac: általános elvek,” elérhető:

<https://www.europarl.europa.eu/factsheets/hu/sheet/33/a-belső-piac-altalanos-elvek> (letöltés: 2024.11.16)

¹⁰ Eurostat, „Demography 2024: Interactive Publications” elérhető: <https://ec.europa.eu/eurostat/web/interactive-publications/demography-2024> (letöltés: 2024.11.16)

¹¹ European Commission, „Digital Strategy” 7.o. i.m.

¹² Szilágyi Pál: A versenyjog és a digitális piacok monopóliumai, 38. o. elérhető: https://real.mtak.hu/180913/1/IMR_202301_35-52o.pdf (letöltés: 2024.10.01.)

közötti kereskedelemre”¹³ – a piaci környezethez igazítva értelmezhetik mi minősül visszaélésnek. A cikk egyébként sem alkalmaz kimerítő felsorolást, ami egyébként sem lenne lehetséges a már említett fejlődő iparágakkal kapcsolatban. Úgy néz ki tényleg elérkeztünk a negyedik – és reméljük – utolsó, most is zajló szakaszhoz, ami a digitális piacokon domináns vállalkozások elleni fellépés jegyében telik.¹⁴ Az belső piacon jelenlévő vállalatok a digitális térben, igazi „porszívóként” viselkednek bekebelezve ezzel más akár európai feltörekvő cégeket: a luxemburgi székhelyű *Skype*-ot a *Microsoft*¹⁵, a brit zenefelismerőt (*Shazam*) az *Apple* vásárolta fel¹⁶. Akik sikeresek – és Európában „kezdték” – a növekedés érdekében az európai piacok elhagyására is kényszerülhetnek az integrált tőkepiac hiánya miatt. Ilyen a *Spotify* zenei streaming platformja¹⁷, amely 2018-ban a New York-i Értéktőzsdén került nyilvánosan listázásra, ezzel is segítve a cég globális versenyképességét.¹⁸

A piaci dominancia a digitális térben mindenkinek magától értetődik – legalábbis az egyes cégek tekintetében, mint a *Meta*, a *Bytedance* vagy a *Temu*– viszont ezekre semmiképp sem lehet elmondani azt, hogy a dominanciával a visszaélés következetesen megvalósulna. Mindenesetre – ahogy később erről szó lesz – az EU új „ex ante”¹⁹ szabályozásokkal, mint például a Digital Markets Act, a digitális piac színterén jelen lévő techóriások kifejezett ellensúlyozására tesz kísérletet.

Másodszor az „ex post”²⁰ szabályozásokra kézenfekvő példa a „*Google Android*” ügy. A Bizottság azt vizsgálta, hogy a *Google* mennyire folytatott jogellenes tevékenységet azzal, hogy az Android alapú mobil eszközöknél saját alkalmazásait és keresőmotorját szabja feltételül. Ilyen szempontból az *Apple*-t nem lehet hasonlóan vádolni, mivel szoftver és hardver egyesítő cépként csak és kizárólag *IOS* alapú operációs rendszerek számára engedélyezi példának okáért az *App Store*-t. A *Google*-el szemben a Bizottság 4,34 milliárd eurós nagyságú bírságot szabott ki az ügyben és a következő megállapítást is kifejti: „a piaci erőfölény önmagában nem

¹³ EUMSZ 102. cikke elérhető: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HU/TXT/HTML/?uri=CELEX%3A12008E102> (letöltés: 2024. 10. 08.)

¹⁴ Szilágyi P. im. 38. o.

¹⁵ <https://news.microsoft.com/announcement/microsoft-acquires-skype/?msockid=23d3ef5614bc66542ad6fa5c1537672b> (letöltés: 2024.12.01.)

¹⁶ <https://www.apple.com/newsroom/2018/09/apple-acquires-shazam-offering-more-ways-to-discover-and-enjoy-music/> (letöltés: 2024.12.02.)

¹⁷ további ilyen cég a Supercell illetve a Wise is, akik hasonlóképp amerikai befektetőkre támaszkodtak, hogy lehetőségük legyen a magasabb hozam elérésére.

¹⁸ European Political Strategy Centre (EPSC): „EU Industrial Policy after Siemens-Alstom: Finding a New Balance between Openness and Protection,” 2019., European Commission. elérhető: <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/03fb102b-10e2-11ea-8c1f-01aa75ed71a1> (letöltés:2024.11.17.)

¹⁹ előzetes szabályozás

²⁰ utólagos beavatkozás, itt kifejezetten a versenyjogi szabályértelmezésre a belső piacon

jogellenes az uniós versenyjogi szabályok szerint. Ugyanakkor a domináns vállalatoknak különleges felelősségük van arra, hogy ne éljenek vissza erőfölényükkel a verseny korlátozásával, sem azon a piacon, ahol jelen van erőfölényük, sem más, kapcsolódó piacokon.”²¹ A *Google* több ízben is megsértette a belső piaci normákat; elsősorban amikor „a *Google* feltételül szabta, hogy a *Play Áruház* használatához a gyártók előre telepítsék a *Google* Keresőt és a *Google Chrome* böngészőt”²².

Az ügy az Európai Unió Bírósága (továbbiakban: Bíróság és EUB) elé a T-604/18. sz.²³ alatt került. A Bíróság az ügyben elsősorban kiemelte a globális piacok összefonódását a következő tárgykörökben: a licenszelhető okostelefonos operációs rendszereket, az *Android*-alkalmazásboltok, az Európai Gazdasági Térség tagállamai általános keresési szolgáltatásainak nemzeti piacait. Az előtelepítés kapcsán jogosnak találta a *status quo* torzításának megállapítását is. Továbbá azt is kimondta, hogy a Bizottság helyesen figyelte meg a valós piaci helyzetet, vagyis a versenytársak nem tudták ellensúlyozni az előtelepítési szabályok által kreált előnyét a *Google*-nek.

A „*Google Shopping*” ügy is hasonló példa a közvetítők piaci fölényükkel való visszaélésre. A Bizottság megállapította, hogy a *Google* előnyben részesítette saját ár-összehasonlító szolgáltatását, a *Google Shopping*-ot, a versenytársak hasonló szolgáltatásaival szemben, ami sértette a versenyt és hátrányosan érintette a fogyasztókat. Ennek következtében a Bizottság 2,42 milliárd eurós bírságot szabott ki a vállalatra.²⁴ Az ügy jelentős precedenst teremtett a digitális piacok szabályozásában, különösen a nagy technológiai vállalatok piaci magatartásának ellenőrzésében is. Rámutatott arra, hogy az önpreferálás, vagyis a saját szolgáltatások előnyben részesítése a keresési eredményekben, versenyellenes gyakorlatnak minősülhet, ha az torzítja a piacot és korlátozza a fogyasztók választási lehetőségeit.²⁵ A Bíróság tisztázásképp megjegyezte, hogy az ügyben a *Bronner formula*²⁶ nem alkalmazható, mivel a *Google* „önelő térbe helyezést” alkalmazott a keresési találatok rangsorában, de ez a *Google* szerződési szabadság és tulajdonhoz való jogot nem érintett. Az ilyen és ehhez hasonló

²¹ European Commission, „Antitrust: Commission fines Google €4.34 billion for illegal practices regarding Android mobile devices to strengthen dominance of Google’s search engine,” elérhető: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_18_4581 (letöltés: 2024.11.17)

²² European Commission, „Antitrust: Commission fines Google (...)” i.m.

²³ T-604/18. sz. ügy elérhető: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HU/TXT/?uri=CELEX:62018TJ0604>

²⁴ C-48/22. P. számú ügy elérhető: https://eur-lex.europa.eu/case/EN/C_48_22_P

²⁵ Kluwer Competition Law Blog: „The End of the Google Shopping Saga”, Kluwer Competition Law Blog, 2024. október 28. elérhető: <https://competitionlawblog.kluwercompetitionlaw.com/2024/10/28/the-end-of-the-google-shopping-saga/> (letöltés: 2024.11.16)

²⁶ alapvető infrastruktúra doktrínára; olyan helyzetekkel foglalkozik, amikor egy erőfölényben lévő vállalat megtagadja egy alapvető szolgáltatás vagy infrastruktúra más vállalkozások számára történő hozzáférését

elvhű jogértelmezésével az EUB határozott formulát teremt arra nézve, hogy a közvetítő szolgáltatók egy különlegesebb felelősségi alakzattal bírnak a digitális térben; az ilyen apróbb előnyben részesítésnek is elképesztő ráhatása van a piacra.

I.III. A közvetítő szolgáltatók és az üzleti felhasználók viszonya

A digitális piac résztvevői közül vizsgálni kell azt a relációt, amiben a felületet biztosító nagy online platformok és az ezeket használó üzleti felhasználók – kis- és középvállalkozások (továbbiakban: kkv) – helyezkednek el. A digitális piac felértékelődésének jelentőségét, már az előbbiekben kifejtettem, és mivel az fogyasztók nagy százaléka tölt ott időt, kétségkívül elengedhetetlen az adaptáció. Az online rendelés felértékelődését – ami 2023-ban 70% volt – a világjárvány is felgyorsította; az emberek érintkezésmentes vásárlási szokásai megmaradtak, és a vele járó kényelem miatt tovább erősödtek. Emiatt a kkv-knak muszáj volt alkalmazkodniuk.

Az alkalmazkodáshoz hozzátartozott a weboldal; 2023-as évben a vállalatok 78,1%-a rendelkezett saját weboldallal. A közösségi médiákon való jelenlét szintűgy felértékelődött. 2023-ban az EU vállalatainak 60,9%-a használt valamilyen közösségi médiát. Ezek közül is a legnépszerűbbek a közösségi hálózatok voltak, amelyeket az EU vállalatainak 58,9%-a használt, ezt követték a multimédiás tartalommegosztó weboldalak, amelyeket a vállalatok 31,5%-a vett igénybe.²⁷

A fogyasztók sokkal megbízhatóbbnak találták azon vállalkozásokat, amelyek aktívak a közösségi felületeken. „A vállalatok a közösségi médiát arculatépítésre, marketingcélokra, ügyfélvélemények megszerzésére, belső vagy külső kommunikációra, illetve toborzásra használják.”²⁸ Erre természetesen más is közrejátszott: nehézkessé vált a fogyasztók elérése hagyományos úton – audiovizuális eszközökkel leszámítva az internetet – és organikus eszközök bevetésél megtakarításokat, nagyobb bevételt tudhatott magáénak az adott vállalkozás.

I.IV. A P2B rendelet: Átláthatóság és tisztességes gyakorlatok a digitális piacokon

A kkv-k és közösségi média platformok – továbbá egyéb közvetítők – viszonyának ezirányú rendezésére az EU az ún. „P2B”²⁹ rendeletet alkotta meg. A rendelet azt tűzte ki célul, hogy az

²⁷ Eurostat, „Digital economy and society statistics” 3. ábra elérhető: https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Digital_economy_and_society_statistics_-_enterprises#Highlights (letöltés: 2024.11.01)

²⁸ Eurostat, i.m.

²⁹ Az online közvetítő szolgáltatások üzleti felhasználói tekintetében alkalmazandó közvetítő tisztességes és átlátható feltételek előmozdításáról szóló 2019/1150 EU rendelet

átláthatóságot és tisztességes gyakorlatokat javítani fogja a közvetítők és üzleti partnereik között. A Bizottság a következőképp jellemezte a rendelet megvalósulását az erre vonatkozó 2023-as jelentésében: „A P2B rendelet követelményeinek végrehajtása a platformok körében egyenetlen és gyakran nem kielégítően történt. Bár néhány platform növelte az átláthatóságot, a teljeskörű megfelelés elszórtan jelentkezett. (...) hatékonyságát az alacsony tudatosság és a gyenge végrehajtás akadályozza, különösen a bevezetését követő első két évben.”³⁰ Az üzleti felhasználókra vonatkozó panaszkezelés deklarálása megtörténik a rendeletben, ugyanakkor túl általános marad, és nem fektet le sziklaszilárd követelményeket sem – az üzleti felhasználók panaszaira – egy maximális „megoldási idő” sem határoz meg.

A Bizottság az eredményesség növeléséért ezt javasolta: „a hatékonyság növelése érdekében az alábbi intézkedések javasoltak: 1. A P2B rendelet és a DMA közötti kapcsolódások nyomon követése; 2. A végrehajtási folyamatok és a proaktív ellenőrzések erősítése; 3. A P2B rendelet szélesebb körű ismertetése; 4. Az előírások pontosítása további iránymutatások révén.” Ezek közül jelentős lehet a DMA és a P2B kapcsolódási pontjainak vizsgálata; a platformátláthatóság és a „kapuőr” fogalmának bevezetése – amely fogalmat a későbbiekben kifejték – lazíthat a platformok bezáró hatásain,³¹ vagyis szélesebb körben lesznek elérhetőek adatok, keresési találati rangsorok és a kapuőrök által gyűjtött információk egy részét is megismerhetik. Ez előmozdíthatja az alternatív platformok megjelenését; az adatok hordozhatósága – platformok között – is segíteni fog ebben, ami nagyobb versenyt eredményez az üzleti felhasználók között.³² Ezek teljesülése esetén csökkenthető lesz a közvetítő szolgáltatók hegemoniája, teret adva ezzel a kisebb üzleti felhasználóknak és az innovációknak a digitális belső piacunkon.

³⁰ European Commission: Directorate-General for Internal Market, Industry, Entrepreneurship and SMEs, Gineikytė-Kanclerė, V., Klimavičiūtė, L., Kudzmanaitė, B. and Lechardoy, L., Study on evaluation of the Regulation (EU) 2019/1150 on promoting fairness and transparency for business users of online intermediation services (the P2B Regulation) – Final report, Publications Office of the European Union 2023. 3. o., elérhető: <https://data.europa.eu/doi/10.2873/29212> (letöltés: 2024.10.29)

³¹ az üzleti felhasználókat „bezárják” a platformokra, mivel a platformon kell maradniuk, hogy potenciális vásárlókat érjenek el, a fogyasztók pedig szintén kénytelenek ezen közvetítőket igénybe venni

³² (EU) 2022/1925 rendelete (2022. szeptember 14.) a digitális ágazat vonatkozásában a versengő és tisztességes piacokról, (59) bek. elérhető: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HU/TXT/?uri=CELEX:32022R1925>

II. A 2000/31/EK irányelv korszaka

II.I. A safe harbour elv hatása a belső piacon a jogellenes tartalmak tekintetében

A jogellenes tartalmak kezelése, illetve megítélése mindig is kényes téma volt a digitális piac világában, ami nem csak a gyűlöletbeszédet vagy online terrorizmust öleli fel, hanem akár a szerzői védjegyes termékek meghirdetésével becsapott fogyasztókat érintő esetét is. Viszont az ezredforduló idején az irányelv megalkotói a digitális piaci fejlődés égisze alatt nem áldozhatták fel ezt; a túlszabályozás sohasem előnyös, kiváltképp nem egy technológiailag folyamatosan fejlődő rendszerre. „Az internetes technológia gyors fejlődése idején az irányelv kidolgozásakor szándékosan nem vezettek be túl szigorú szabályozást, hogy az online szolgáltatások fejlődése és az innováció ne ütközzön akadályokba.”³³

Az irányelvben megjelenő „safe harbour elv”, hatalmas előrelépést jelentett a felelősségmegállapítási kérdések megválaszolása szempontjából. Az elv középpontjában az áll, hogy ha a szolgáltatók nem vesznek részt aktívan a felhasználók által közzétett tartalmak kezelésében, és időben eltávolítják a jogsértő tartalmakat, amikor tudomást szereznek róluk, mentesülnek a felelősség alól.³⁴ A szolgáltatók védve vannak a jogi következményektől, amíg betartják az előírt szabályokat, hasonlóan ahhoz, ahogyan egy hajó biztonságban van, amikor védett kikötőben tartózkodik. A „takedown notice” (eltávolítási értesítés), ha nem tudnak – az adott internetes közvetítők – a jogsértésről, mentesülnek a felelősség alól, – csaknem teljesen – de kötelesek intézkedni bejelentésre, a mechanizmus alapján.

Az elv nagyban befolyásolta és formálta az ítélkezési gyakorlatot is, ami a folyamatosan fejlődő jogértelmezést egy „új szintre emelte”, főként a következőkben részletezett miatt; a *UPC Telekabel Wien v. Constantin Film* (C-314/12.) ügyben az EUB megállapította, hogy az átviteli szolgáltatók nem felelősek a továbbított tartalmakért³⁵, amennyiben nem vesznek részt aktívan az adatátvitelben, és nem módosítják az adatokat. A szolgáltatók felelőssége csak akkor merül fel, ha aktívan beavatkoznak a jogsértésbe, például azzal, hogy nem megfelelően reagálnak a jogellenes tartalmak blokkolására vonatkozó bírósági utasításokra.³⁶

³³ Christina Angelopoulos és Martin Senftleben: „General Monitoring and the Evolution of Digital Services”, Centre for Intellectual Property and Information Law, University of Cambridge, 2020 4. o.

³⁴ Copyright Office Issues Report on DMCA Safe Harbors: Section 512 Is Unbalanced”, TCAM Today, 2020. elérhető: <https://www.tcamtoday.com/2020/copyright-office-issues-report-on-dmca-safe-harbors-section-512-is-unbalanced/> (letöltés: 2024.10.01.)

³⁵ Az ügy előzménye, hogy az osztrák bíróság arra kötelezte az internetszolgáltatót, hogy blokkolja a szerzői jogot sértő streaming oldalakhoz való hozzáférést.

³⁶ C-314/12. ügy elérhető: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/hu/TXT/?uri=CELEX:62012CJ0314>

A tárhelyszolgáltatók felelősségével kapcsolatban a *L'Oréal SA v. eBay* (C-324/09.) ügy válaszol meg fontos kérdéseket: a *L'Oréal* azzal vádolta az *eBay*-t, hogy platformján hamisított árukat árusítanak, ami szerzői jogsértést jelent. Az ügy kérdése az volt, hogy a tárhelyszolgáltatók, mint az *eBay*, mentesülhetnek-e a felelősség alól, ha nem tudnak a jogsértésekről. Az EUB hangsúlyozta a *takedown-notice* jelentőségét, viszont, az *eBay* nem hivatkozhatott a felelősségmentességre, ha olyan tényekkel vagy körülményekkel volt tisztában, amelyek alapján egy körültekintő gazdasági szereplő felismerhette volna a jogsértést, és ennek ellenére nem intézkedett gyorsan a jogsértő tartalom eltávolításáról.³⁷ Az EUB döntése hangsúlyozza, hogy a platformok passzív szerepe védettséget biztosít, de aktív közreműködés esetén elveszítik e mentességüket.

II.II. A felelősségi keret és a passzív közvetítői modell ösztönzése

„Az e-kereskedelmi irányelv különbséget tesz az aktív és passzív közvetítő szolgáltatók között. Az utóbbiak nem felelnek a felhasználók által közzétett tartalmakért, amennyiben nem avatkoznak bele a tartalom kezelésébe, ezáltal biztosítva számukra a biztonságos működést.”³⁸ E passzív közvetítők védelme az e-kereskedelmi irányelv 13. cikkében lett deklarálva.

A túlzott tartalomeltávolítás ugyanakkor visszaélésekhez vezethet, és bizonytalanságot okozhat, viszont, a proaktív fellépés hiánya is aggályos lehet; ha egy tartalom jogsértő, de senki sem jelzi a jogsértést, a platformoknak nagyobb felelőssége van, legalábbis a megelőzésben és annak eltávolításában mindenképpen. Az aktív mechanizmusok – például hirdetések előzetes engedélyeztetése, jogellenes tartalmak azonnali tiltása a „*hashek*”³⁹ kihasználásával – csökkenthetik a jogsértő tartalmak elterjedését. A keresőmotorok is hasonlóan látnak el tartalmakat, kulcsszavakkal, amelyeket bárki elérhet rajtuk keresztül. Viszont nem minden felhasználó szeretné, hogy „megtalálják” főleg az nem, akiről saját személyére nézve sértő tartalmakat jelenít meg a keresési eredmény.

A „felejtéshez való jog” és kérdésköre a *Google Spain* ügynél merült fel⁴⁰. Az ügyben a felhasználó keresőmotor által megjelenített korábbi, személyi helyzetére hátrányos és sértő adatokat jelenített meg vele kapcsolatban, amit a felhasználó szeretett volna, ha eltávolítanak. Az EUB úgy döntött, hogy a *Google*, mint adatkezelő köteles eltávolítani az olyan találatokat, amelyek már nem aktuálisak, vagy aránytalanul sértik az egyének magánéletét. A bíróság

³⁷ C-324/09. ügy elérhető: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/hu/TXT/?uri=CELEX:62009CJ0324>

³⁸ 2000/31/EK irányelv elérhető: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HU/TXT/?uri=CELEX:32000L0031>

³⁹ egyedi, fix hosszúságú kódsor, amelyet egy tetszőleges hosszúságú adatból függvény segítségével állítanak elő

⁴⁰ C-131/12 ügy elérhető: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A62012CJ0131>

hangsúlyozta, hogy az embereknek joguk van ahhoz, hogy meghatározott körülmények között eltávolíttassák a személyes adataikat a keresőmotorok találatai közül, ha azok elavulttá váltak. Ezen – többnyire sértő – információkat haladéktalanul el kell távolítani, ha a felhasználótól ilyen jelzés érkezik).

A következtetés az, hogy míg a keresőmotorok, szelektívebbek – vagyis csak utólag vizsgálják a jogellenességet – és csak később helyeznek vissza tartalmakat egyszerűbben megfelelnek a felelősségi szabályoknak. Az e-kereskedelmi irányelv próbálja hangsúlyozni azt, hogy sokkal inkább a tudásra jutás szabványán keresztül kell meghatározni ezt, enyhítve a felelősséget a közvetítőknek.⁴¹ A „szőnyegbombázás-szerű” tartalomeltávolítási kööttség pedig nagy ívben kerülendő doktrína.

Az irányelv egyik fő alapvetése, hogy elősegítse a digitális gazdaság növekedését azáltal, hogy a közvetítő szolgáltatókat mentesítse a felhasználók által létrehozott tartalmakért való jogi felelősségtől, ezzel biztosítva, hogy ezek a szolgáltatók ne vonuljanak vissza a piacról az esetleges jogi teher miatt. A 12. cikke az irányelvnek kimondja, hogy az átviteli szolgáltatók mentesülnek a felhasználók által továbbított tartalomért való felelősség alól, amennyiben csak a technikai továbbítást végzik.⁴² Az irányelv azzal, hogy levette a felelősséget a közvetítőkről, a szolgáltatók nem vonultak vissza a piactól, – épp ellenkezőleg – mindennapjaink részévé váltak. A 12. cikk egy meghatározó pillére volt az európai digitális piac fejlődésének.

II.III. Harmonizációs kihívások: szólásszabadság és jogellenes tartalom kezelése az EU-ban

Az online tér növekedésével a jogellenes tartalmak kezelése folyamatosan új kihívások elé állítja az Európai Uniót és a nemzeti jogrendszereket. A közvetítő szolgáltatók felelőssége itt különös jelentőséget nyer, mivel ezek a platformok egyre kiterjedtebb szerepet játszanak az információ áramlásában és a tartalomszűrésben. Ennek szabályozásában az EU célja a szólásszabadság védelme és a verseny tisztességességének biztosítása; „Az általános megfigyelési kötelezettség tilalma, amely az e-kereskedelmi irányelv 15. cikkében található, egyértelműen a szólásszabadság védelmét célozza, megakadályozva a közvetítő szolgáltatók túlzott tartalom cenzúrához vezethetne.”⁴³ A tartalommoderálásra és különböző jogsértések sokszínűsége miatt, a nemzeti jogalkotóknak és jogalkalmazóknak szembe kellett nézniük a

⁴¹ D. Keller: Berkeley Technology Law Journal 33. kötet

⁴² A 2000/31/EK irányelv elérhető: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HU/TXT/?uri=CELEX:32000L0031>

⁴³ C. Angelopoulos és M. Senftleben: i.m. 10. o.

digitális piacokon a felelősség megállapításának nehézségeivel. Ez ugyanakkor hozzájárult a későbbi motivációhoz arra nézve, hogy a nemzeti szabályozásokat transzformálja uniós szintű normákká, de a jogalkalmazásban is találunk párhuzamot.

A francia bíróság például a „*Dailymotion*” esetről⁴⁴, arra kötelezte a platformot, hogy ne csak távolítsa el a szerzői jogsértő tartalmakat, hanem proaktívan akadályozza meg azok újrafeltöltését. Ez az ítélet is része volt annak a folyamatnak, amely során a tárhelyszolgáltatók felelősségét a proaktív lépések irányába terelte a francia joggyakorlat. Egy másik francia ügyben, az „*Uptobox*” esetében a bíróság úgy döntött, hogy a platformnak nemcsak az értesítések alapján kellett volna eltávolítania a jogsértő tartalmakat, hanem további lépéseket kellett volna tennie, például a visszatérő jogsértők szankcionálásával és a tartalmak ismételt feltöltésének megakadályozásával. A bíróság hangsúlyozta, hogy a proaktív intézkedések hiánya megakadályozhatta volna a szerzői jogsértéseket.⁴⁵

A német Szövetségi Legfelsőbb Bíróság több ítéletében is kimondta⁴⁶ – a francia joggyakorlathoz hasonlóan – hogy a tárhelyszolgáltatóknak aktívan fel kell lépniük a jogsértések ellen, miután értesítést kapnak – ez az ún. „*stay down*” mechanizmus. Szintén egy német bíróság az ún. „*Netload ügy*”⁴⁷ során, marasztalta a közvetítőt, mert nem távolította el időben a jogsértő tartalmat a platformjáról, miután értesítést kapott. A bíróság hangsúlyozta, a gyors reagálási kötelezettséget, melynek célja, hogy megakadályozza a jogsértések elhúzódását és ezzel a szerzői jogok további megsértését. A bíróság kimondta, hogy nem részesülhet a felelősség alóli mentességben.⁴⁸

A nemzeti jogharmonizáció témáját vizsgálva az EU kezdetekben erre az álláspontra helyezkedett; „az irányelv célul tűzte ki, hogy összehangolja a tagállamok eltérő szabályozásait az online szolgáltatások területén, és egységes jogi környezetet teremtsen az EU-n belül a digitális szolgáltatók számára.”⁴⁹ Érdemes szemügyre venni, hogy ez az egyes tagállami szabályozások és jogalkalmazási szinten – kis eltérésekkel – megvalósult. A német *Netzwerkdurchsetzungsgesetz* (Hálózati Végrehajtási Törvény) 5. szakasza azt követeli meg, hogy a nagyobb platformok – minimum 2 millió felhasználó – kötelesek belföldi kézbesítési

⁴⁴ A *Dailymotion* ügy (08/01371.sz.) elérhető: <https://www.legifrance.gouv.fr/juri/id/JURITEXT000019190719> (letöltve 2024. november 12.)

⁴⁵ Tribunal judiciaire de Paris, 2024. augusztus 9. (N° RG 24/02273 - N Portalis 352J-W-B7I-C4DQX)

⁴⁶ lásd: BGH 2017. június 20-i döntése (I ZR 154/16)

⁴⁷ BGH I ZR 3/14. 26.11.2015.

⁴⁸ Dr. Marc Mimler, „First things first” – German Federal High Court provides guidance on the scope of secondary liability of internet service providers for online copyright infringement. (letöltés: 2024.10.04.)

⁴⁹ C.Angelopoulos és M. Senftleben: i.m. 10. o.

megbízottat kijelölni, amennyiben nincs más tagállam kijelölve székhelyként.⁵⁰ A törvényi rendelkezés célja annak a meggyorsítása volt, hogy legyen egy kijelölt képviselő, akihez a jogellenes tartalmak eltávolítása miatt fordulhatnak. A szabályzás számos dilemmát hozott, azzal, hogy az internetes vállalatokra hárítja a bírósági szerepkört: ők döntenek el, hogy mi számít jogellenes tartalomnak.⁵¹ Ez egy folyamatos örököségi-megfigyelési szerepet ró a platformokra, amely hatványozottan növeli a digitális piacra gyakorolt hatásukat.

Másik példaként, – amire hatással volt az említett német jogszabály – a francia „*Loi Avia*” (Avia Törvény). A szabályozás nem tudott megfelelő és hatékony jogi keretet biztosítani az online téren megjelenő káros tartalom megfékezésére. A törvény célja volt, hogy az online platformokat kötelezze a gyűlöletbeszéd és egyéb jogellenes tartalmak eltávolítására. A legjelentősebb követelmény a 24 órás eltávolítási időkorlátra kötelezés volt, mely terrorista és gyermekpornográf tartalmak tekintetében 1 órára csökkent.⁵² E rendelkezés aránytalanul nagy felelősséget helyezett az online platformokra és azok cenzúrázási rendszereikre. Ezzel beindult a túlcenzúrázás, a platformok automatizált rendszere indokolatlan tiltásba kezdett.⁵³ Hatályba lépése után kevéssel a törvény zömét alkotmányellenesnek nyilvánította a francia Alkotmánybíróság mondván: „a vitatott rendelkezések csak arra ösztönözhetik az online platformok üzemeltetőit, hogy eltávolítsák a bejelentett tartalmat, függetlenül attól, hogy az egyértelműen jogellenes-e vagy sem.”⁵⁴ Továbbá, a Francia Alkotmánytanács, kiegészítette: az online platformok bírói kontroll nélkül kaptak volna hatáskört a tartalmak eltávolítására, ami nem lehet „szükséges, megfelelő és arányos” egy demokratikus társadalomban.

⁵⁰A Netzdg. törvény elérhető: <https://www.gesetze-im-internet.de/netzdg/BJNR335210017.html>

⁵¹ Paul Schedelbeck, Miriam Harner és Jasmin Körber: „Facebook-Gesetz” – Ein Gesetz, das die Freiheit im Netz beschneiden könnte, BR Puls, 2018. január 2. elérhető: <https://www.br.de/puls/themen/netz/hate-speech-maas-gesetz-100.html> (letöltés: 2024.10.04.)

⁵² Avia törvény elérhető: <https://www.legifrance.gouv.fr/jorf/id/JORFTEXT000042031970>

⁵³ EDRI: French Avia Law Declared Unconstitutional: What Does This Teach Us at EU Level? elérhető: <https://edri.org/our-work/french-avia-law-declared-unconstitutional-what-does-this-teach-us-at-eu-level/> (letöltés: 2024.10.04.)

⁵⁴ Le Club des Juristes: Quand inciter les plateformes à sur-censurer porte atteinte à la liberté d’expression, Le Club des Juristes, elérhető: <https://www.leclubdesjuristes.com/archives-cdj/quand-inciter-les-plateformes-a-sur-censurer-porte-atteinte-a-la-liberte-dexpression-3138/> (letöltés: 2024.10.04.)

III. Az új szabályozás – a DSA hatékonysága, fontossága és szerepe

III.I. A rendelet célkitűzései, új szabályozások

A Digital Services Act ⁵⁵ az Európai Unió digitális szolgáltatásokra vonatkozó új szabályozása, amelyet kifejezetten azzal a céllal alkottak meg, hogy a nagyon nagy online platformok piaci hatásait kontroll alatt tarthassák. A DSA célja, hogy biztonságosabb és átláthatóbb online környezetet teremtsen, valamint egységes szabályokat állapítson meg a digitális szolgáltatások nyújtására az EU-ban⁵⁶. „A DSA átfogó célja a felhasználók jogainak és a digitális környezet átláthatóságának növelése. Martin Husovec szerint a DSA a „második generációs internetes szabályozás” példája, amely a decentralizált, szerkesztetlen tartalmak világában törekszik jogi egyensúly megteremtésére.⁵⁷ Az Európai Bizottság szerint az egységes szabályok bevezetése akár 2%-os növekedést is eredményezhet a határokon átnyúló digitális kereskedelemben az egységes piacon.⁵⁸ „A (...) digitális szolgáltatásokról szóló jogszabály célja az internethasználók és alapvető jogaik jobb védelme. Emellett egységes szabályrendszert határoz meg a belső piacon, hogy segítse a kisebb platformok növekedését.”⁵⁹

A DSA számos új követelményt és szabályozási keretet vezetett be az online platformok és szolgáltatások számára. „A DSA legfőképp előmozdítja azt, hogy harmonizálja a digitális szolgáltatások piacát az Európai Unión belül, valamint biztonságosabb és kiszámíthatóbb online környezetet teremtsen. A DSA egy 'védelmi és harmonizációs célt' szolgál, biztosítva a felhasználók alapvető jogainak védelmét a digitális térben.”⁶⁰ Az új rendelet központi elemeit a digitális szolgáltatások átláthatóságának növelése és a felhasználók alapvető jogainak védelme továbbá egy új, különös felelősségi alakzat meghatározása képezi. Ez a különös felelősségi alakzat a tech-óriásoktól „elveszi” a safe harbour adta kedvezményt; a minősítésnek megfelelő

⁵⁵ a digitális szolgáltatások egységes piacáról és a 2000/31/EK irányelv módosításáról szóló 2022/2065/EU rendelet, (digitális szolgáltatásokról szóló rendelet)

⁵⁶ KPMG Blog: „Hatályba lépett a digitális szolgáltatásokról szóló EU-s rendelet”, KPMG, 2022. november. elérhető: <https://blog.kpmg.hu/2022/11/hatalyba-lepett-a-digitalis-szolgaltatasokrol-szolo-eu-s-rendelet/> (letöltés: 2024.10.07)

⁵⁷ Husovec, M. (2024). Principles of the Digital Services Act, Oxford University Press 7.o.

⁵⁸ Európai Bizottság: „Európa a digitális korban – Új online szabályok a vállalkozások számára”, Európai Bizottság. elérhető: https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/europe-fit-digital-age/digital-services-act/europe-fit-digital-age-new-online-rules-businesses_hu (letöltés: 2024.10.16)

⁵⁹ data.europa.eu: „Digital Services Act: What You Need to Know”, data.europa.eu. elérhető: <https://data.europa.eu/en/news-events/news/digital-services-act-what-you-need-know> (letöltés: 2024.10.15)

⁶⁰ Folkert Wilman et al., The EU Digital Services Act, Oxford University Press, 2024, 1–12. o.

platformokra ráhárítja az EU tartalommoderálási felelősséget. Ez persze nem jelenti azt, hogy a platformok bármit megtehetnek majd csupán a jelenlegi és a fejlődő gyakorlatot akarja egybeolvasztani. Ez elsősorban üdvözlendő megközelítés, mivel így saját, illetve a nemzeti bíróságokról is leveszi a terhet. Ezzel, hogy átlépi a nemzeti határokat, egységesíti az EU a szabályozást és egybeolvasztja a jogalkalmazást is erre vonatkozóan.

III.II. A rendelet 5 fő aspektusa

1. Jogellenes tartalom eltávolításának kötelezettsége: A platformok számára kötelezővé válik az illegális tartalmak gyors és hatékony eltávolítása. Az új szabályozás megköveteli, hogy a digitális szolgáltatók reagáljanak a felhasználók által jelzett jogellenes tartalmakra, elősegítve ezzel a biztonságosabb online környezet megteremtését. Az aktív hozzáállás előre lépest jelent, az adott platformok különféle képp meg is valósítottak⁶¹: Hazai szinten a Jófogás oldalain már egy kattintással a hirdetés alatt azonnal bejelenthető a jogellenes tartalom. A Pepita webáruház az európai uniós és magyarországi fogyasztóvédelmi feketelistához csatlakozott, vagyis, ha olyan terméket szeretnének feltölteni az oldalra, amely azon a listán szerepel akkor azt nem fogja lehetővé tenni.⁶²

2. Átláthatóság és beszámolási kötelezettség: A DSA előírja a platformok számára, hogy rendszeresen közöljenek adatokat a tartalom moderálásával kapcsolatban, beleértve az eltávolított tartalmak számát és típusát, valamint a moderálási folyamatokat. Ez a kötelezettség célja, hogy a felhasználók és a hatóságok jobban megértsék a platformok működését és hatásait. A Facebook megalkotta az Átláthatósági Központját, ami negyedéves távlatban részletes adatokat tartalmaz a jogellenes tartalmak eltávolításáról és a közösségi irányelvek betartatásáról. Az adatok alapján 2019-hez képest 15%-ról 85%-ra nőtt azon jogellenes tartalmak eltávolítása – a megfélemlítés és zaklatás kategóriában – amelyet a *Meta* rendszere saját magának észlel, és szankcionál.⁶³ A *Youtube* hasonlóan tett, az átláthatósági jelentéseiben közzétett adatok alapján több, mint 8 millió videót távolított el automatikusan. Fontos kiemelni azt is, hogy az eltávolított videók 60%-ban 0 megtekintést értek el.⁶⁴

⁶¹ Dr. Hajnal Zsolt A digitális szolgáltatásokról szóló rendelet közvetítő szolgáltatókra vonatkozó új kötelezettségeiről, felelősségéről, 2023., In: Nemzetközi magánjogi évkönyv, Orac Kiadó 2023.

⁶² NMHH - Górcső alatt a hazai online piacterek és a DSA-rendelet elérhető: <https://www.youtube.com/watch?v=L4rEhQeiLBk> (letöltés: 2024.10.11)

⁶³ A Meta átláthatósági statisztikái elérhető: <https://transparency.meta.com/reports/community-standards-enforcement/bullying-and-harassment/facebook/>

⁶⁴ A Google átláthatósági statisztikái elérhető: <https://transparencyreport.google.com/youtube-policy/removals?hl=hu>

3. Felhasználói jogok megerősítése: A rendelet jelentős hangsúlyt fektet a felhasználók védelmére. Lehetőséget biztosít a felhasználók számára, hogy megfellebbezzék a platformok döntéseit, például, ha tartalmukat eltávolítják vagy fiókjukat felfüggesztik, ezáltal növelve az elszámoltathatóságot. Az Instagramon lehetőség van, hogy a felhasználók fellebbezhetnek a tartalom eltávolításáról szóló döntések ellen, és részletes magyarázatot kapnak a szabálysértésekről. Az X bevezette a fiók felfüggesztésével kapcsolatos döntés felülvizsgálatának lehetőségét is és inkább a korlátozásra törekszik, mintsem az azonnali felfüggesztésre.⁶⁵

4. Nagyon nagy online platformok (továbbiakban: VLOP⁶⁶) különös felelőssége: Az olyan platformok, amelyek több mint 45 millió felhasználóval rendelkeznek az EU-ban, szigorúbb kötelezettségekkel szembesülnek. Ezeknek a platformoknak rendszeres kockázatkezelési eljárásokat kell bevezetniük, valamint független auditokat kell végrehajtaniuk annak érdekében, hogy biztosítsák a platformjukon jelentkező kockázatok megfelelő kezelését. Az *Amazon* a hamis termékek és csalárd eladók elleni küzdelmet célzó intézkedéseket vezetett be, amelyek részei az eladóellenőrzések szigorítása és a vásárlói visszajelzések fokozott figyelembevétele.⁶⁷ A *Google* kockázatértékeléseket végez a dezinformáció terjedésének csökkentése érdekében, és együttműködik független kutatókkal a platform hatásainak vizsgálatában. A vállalat részt vesz a dezinformáció visszaszorítását célzó gyakorlati kódexben, amelynek célja a félretájékoztatás elleni küzdelem és a platformok átláthatóságának növelése.⁶⁸

5. Reklámok átláthatósága: A DSA külön figyelmet fordít a hirdetések átláthatóságára. A felhasználók számára egyértelműen jelezni kell, hogy ki fizetett a hirdetésért, miért célozták meg őket, valamint hogyan kezelik személyes adataikat a reklámok megjelenítése során.⁶⁹ Ez az intézkedés a digitális szolgáltatásokban a személyes adatok védelmét is elősegíti. A Facebook a Hirdetéstár funkcióját vezette be, melyen mindenki könnyedén elér bármilyen – visszamenőleg 1 évig inaktívakat is – hirdetést, amely a platformon megjelenik.⁷⁰ A *Google*

⁶⁵ Techworld: „A Twitter a bíróságon fellebbez egy felhasználói fiókkal kapcsolatos reklámáció miatt”, Techworld, 2023. február 2. elérhető: <https://techworld.hu/2023/02/02/twitter-fellebbezes-fiok-reklamacio/> (letöltés: 2024.10.11)

⁶⁶ a „very large online platform” szavakból származó akroníma

⁶⁷ Amazon Brand Services: „Transparency – Product Serialization Service”, Amazon Brand Services. elérhető: <https://brandservices.amazon.com/transparency>

⁶⁸ Európai Bizottság: „A félretájékoztatás elleni küzdelem megerősített EU-s kódexe”, Európai Bizottság. elérhető: https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/new-push-european-democracy/protecting-democracy/strengthened-eu-code-practice-disinformation_hu (letöltés: 2024.10.15)

⁶⁹ ez az alulírott hirdetési könyvtárban elérhető, az „EU átláthatóság fül” alatt, amikor rákattintunk egy általunk megkeresett hirdetésre

⁷⁰ A Facebook Hirdetési Könyvtára elérhető: <https://www.facebook.com/ads/library/>

közzéteszi a politikai hirdetések átláthatósági jelentéseit, amelyek tartalmazzák a hirdetők nevét és a hirdetésekre költött összegeket.

III.III. A platformok szerepe és kötelezettségei a DSA alapján

A DSA bevezeti a közvetítő szolgáltatók felelősségének új rendszerét, amelyet három fő kategóriára szel fel: átmeneti továbbítás (*mere conduit*), gyorsítótárazás (*caching*), és tárhelyszolgáltatás (*hosting*). A rendelet e felosztással megkülönbözteti őket attól függően, hogy milyen szerepet töltenek be online: az átmeneti továbbítók és a gyorsítótár közvetítők mentesülnek a felelősség alól, amennyiben nem kezdeményeznek, nem választanak ki, és nem módosítanak semmilyen adatot, amelyet továbbítanak vagy tárolnak; ez a felelősségmentesség alapvető elve.⁷¹

A rendelet egyik vívmánya, hogy a közvetítők önállóan is felléphetnek a jogellenes tartalom ellen anélkül, hogy elveszítenék a felelősség alóli mentességet, amit „*Good Samaritan*” klauzulának is neveznek. A DSA ezt a „jóhiszemű és kellő gondossággal eljárva önkéntes” jelzőkkel illeti. Ezzel a szolgáltatók saját kezdeményezésükre távolítsanak el illegális tartalmakat, megakadályozva ezzel, hogy egy esetleges nem kívánatos felelősségi helyzetbe kerüljenek. Ezáltal kibővülnek a jogaik, viszont a felelősségük is számottevően nő, hiszen „sajátkezűleg ítéelkezhettek”.

„A DSA egyik újdonsága, hogy a magáncégekre bízta a törvények végrehajtását bizonyos esetekben, például az illegális tartalmak eltávolítása terén, amely egyedi hatalmi helyzetet teremt a platformok számára a digitális ökoszisztémában.”⁷² Ezt – a már előbb említett – „delegált végrehajtásként” hivatkozhatjuk, amelynek lényege, hogy a magánplatformok bizonyos felelősségi köröket látnak el, amelyeket korábban kizárólag állami szervek végeztek eddig. Ez a hatalom azonban komoly felelősséggel is jár, mivel ezek a cégek jelentős mértékben befolyásolják a nyilvános diskurzus alakulását, és közvetetten szabályozói szerepet is betöltenek az online tartalmak felett.

Természetesen ez a gyakorlatban nem ilyen bonyolult, a megfelelő algoritmusokkal könnyedén szűrnek egyértelmű vagy kétes jogsértéseket. A fellebbezéseket – ha a rendszer hibázott – pedig emberek bírálják el, ami egyértelműen azt irányozza elő, hogy van mód az automatikus formula

⁷¹ A Digital Services Act elérhető: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HU/TXT/?uri=CELEX:32022R2065>

⁷² Husovec, M. (2024). Principles of the Digital Services Act, Oxford University Press, 12–13. o.

felülbírálatára és érdemben fogják elbírálni az ezirányú kérelmét a felhasználónak. Mindenesetre fontos volt deklarálni a közvetítők ezirányú „joghatóságát”.

A kötelezettségek merőben szigorodtak, viszont az említett nagyon nagy online platformi minősítés pénzügyi és megfelelési terhet is ró az ezzel érintett vállalatokra. Az *Amazon Services Europe* fellebbezett az Európai Bizottság azon határozatával szemben, amely a vállalatot nagyon nagy online platformnak minősítette a DSA kereteinek köszönhetően. Az ügy középpontjában áll, hogy az *Amazon* vitatta a Bizottság döntésének jogosságát, mivel ez alapján a platformnak speciális felelősségi helyzete is keletkezik a minősítés által. Az *Amazon* azzal érvelt, hogy a Bizottság minősítési döntése diszkriminatív, és aránytalanul sérti az alapvető jogait. Kifejtette, hogy a Bizottság nem kezeli egyenlően a piaci szereplőket, a VLOP-ként való minősítés olyan kötelezettségeket ró a platformra, amelyek nem indokoltak a vállalat piaci helyzete és működése alapján; a döntése sérti a gazdasági tevékenység szabadságát, valamint a tisztességes eljárás jogát.⁷³

A Bíróság az eljárás során megállapította, hogy az *Amazon* nem tudta érdemben megkérdőjelezni a Bizottság megállapításait, így a keresetét elutasította. A Bíróság az ügy döntésében hangsúlyozta, hogy a DSA célja az online szolgáltatások átláthatóságának és biztonságának növelése, amely kiterjed a nagyon nagy online platformok felelősségére is. Ezzel azt is előtérbe helyezi, mennyire fontos a VLOP jogi minősítés. Megjegyezte, hogy a felhasználói jogok védelme és a jogellenes tartalmak megelőzése érdekében a platformoknak proaktívan kell fellépniük, és biztosítaniuk kell, hogy a jogsértő tartalmak ne jelenhessenek meg újra a platformon. Az *Amazon*-nal kapcsolatos ügy elősegíti a DSA új rendelkezéseinek értelmezéséhez lényeges lépést jelent, – a digitális szolgáltatások szabályozásában és a vonatkozó jogértelmezésben – mivel a Bíróság rávilágít a platformok felelősségének mértékére, és arra, hogy a DSA keretein belül a hatóságoknak – és a Bizottságnak – joguk van a platformok működésének szigorúbb ellenőrzésére, biztosítva ezzel a digitális piac tisztességes működését, továbbá az egyedi értelmezés lehetőségét sem zárja ki.⁷⁴

⁷³ T-367/23. R. ügy. elérhető: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HU/ALL/?uri=ecli:ECLI:EU:T:2023:589>

⁷⁴ C-639/23. P. (R.) ügy elérhető: [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/hu/TXT/?uri=CELEX:62023CO0639\(01\)](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/hu/TXT/?uri=CELEX:62023CO0639(01))

III.IV. A digitális szolgáltatások Unió szintű harmonizációja és nemzeti felügyelete

A DSA lehetővé teszi, hogy az uniós polgárok és vállalkozások számára egységes jogi védelem és kötelezettségek érvényesüljenek, függetlenül attól, hogy melyik tagállamban nyújtják a szolgáltatásokat. Ennek érdekében a tagállamoknak meg kell erősíteniük – vagy épp létrehozniuk – azokat az intézményeket és hatóságokat, amelyek felelősek a DSA végrehajtásáért, ellenőrzéséért, ezáltal is elősegítve a belső digitális piac összehangolását. A *Digital Services Act* értelmében a „nagyon nagy online platformok” (VLOP) és a „nagyon nagy online keresőmotorok” (VLOSE) azok a szolgáltatások, amelyek havi átlag aktív felhasználóinak száma meghaladja a 45 millió főt az Európai Unióban. 2024. október 31-i állapot szerint az Európai Bizottság 20 ilyen szolgáltatást jelölt ki, amelyek közül 19 VLOP és 1 VLOSE.⁷⁵ Ezeket közvetlenül az Európai Bizottság ellenőrzi. Kulcsfontosságú szerepük van e platformoknak, mivel egy nemzetközi szupranacionális szerv ellenőrizni jogszabálykövetésüket.

A DSA meghatároz bizonyos „Digitális Szolgáltatási Koordinátorokat”, amelyek nemzeti szinten felügyelik a VLOP-októl kisebb platformokat. Magyar vonatkozásban ilyen állami szerv a Nemzeti Média és Hírközlési Hatóság (továbbiakban: NMHH), a koordinátori feladatkörhöz hozzátartozik a jogsértések kezelésének és a szolgáltatók felügyeletének biztosítása, ideértve a bejelentések kezelését és szükség esetén szankciók alkalmazását is. Az NMHH ugyanakkor a DSA-t részben a már meglévő szabályozások és intézmények keretében teljesíteti, külön törvényi felhatalmazással, – a 2023. évi CIV. törvény – amely kifejezetten rögzíti a DSA végrehajtásához szükséges nemzeti jogi alapokat.⁷⁶ Franciaországban az „*Autorité de Régulation de la Communication Audiovisuelle et Numérique*” (továbbiakban: ARCOM), szélesebb spektrumú szankciórendszerrel rendelkezik, szélesebb a jogköre, például explicit korhatáros tartalmakra és a dezinformációra is kifejezetten említ a francia szabályozás.⁷⁷ Ha nemzeti szinten érzékelnek jogsértést a VLOP-okkal kapcsolatban, azt is jelzik a Bizottság számára. Az uniós jogharmonizáció érdekében nagyon céltudatos szabályozást

⁷⁵ Európai Bizottság: „A Digitális Szolgáltatások Jogszabály (DSA) és a nagyon nagy online platformok (VLOP-ok)”, Európai Bizottság, elérhető: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/hu/policies/dsa-vlops> (letöltés: 2024.10.17)

⁷⁶ onlineplatformok.hu: „Mi is az a DSA?”, onlineplatformok.hu, elérhető: <https://onlineplatformok.hu/cikk/mi-is-az-a-dsa> (letöltés: 2024.10.17)

⁷⁷ Az ARCOM-mal kapcsolatos francia törvény elérhető: https://www.legifrance.gouv.fr/loda/id/JORFTEXT000044245615?init=true&page=1&query=Loi+n%C2%B0+2021-1382+du+25+octobre+2021&searchField=ALL&tab_selection=all (letöltés: 2024.10.18)

tapasztalunk. A Digitális Szolgáltatási Koordinátorokkal a Bizottság munkáját, a belső piacot és a felhasználók védelmét is megerősítik.

III.V. A hirdetések átláthatóságának szerepe és hatása

A DSA előírja, hogy az online platformoknak világosan fel kell tüntetniük a hirdetéseket, és információt kell nyújtaniuk arról, ki helyezte el a hirdetést, valamint miért jelenik meg az adott felhasználónak. A DSA különös hangsúlyt fektet az átláthatóságra a reklámok megjelenítése és a nagyon nagy online platformok ezzel kapcsolatos tevékenysége terén. „A DSA ilyen típusú szabályozásai egyfajta köztes szabályozási megközelítést képviselnek, amely a kockázatok minimalizálását és a felhasználói jogok védelmét egyaránt célozza.”⁷⁸

A VLOP-ok, kötelesek egy átlátható és nyilvános hirdetési archívumot is fenntartani, amely hozzáférést biztosít a hirdetések tartalmához, a hirdető kilétéhez, a megjelenítés időszakához, és a célzási paraméterekhez.⁷⁹ Az archívum lehetővé teszi a felhasználók, a hatóságok és a kutatók számára, hogy részletesen nyomon kövessék a platformon megjelenő hirdetések jellegét és hatását, így azonosítani tudják a potenciálisan megtévesztő vagy manipulatív reklámokat. Az említett archívum API-on⁸⁰ keresztül is elérhető, lehetővé téve a kutatók és hatóságok számára a hirdetési tevékenységek alaposabb elemzését, továbbá más, vállalkozások részére az adatok megismerését, ami segíthet a fogyasztói célközönségük megtalálásában.

A *TikTok*, különösen érdekes példája a DSA által előírt átláthatósági követelmények alkalmazásának, tekintve a platform sajátos algoritmusalapú működését és hirdetési struktúráját. Az egyik központi eleme az úgynevezett „*for you page*”, ahol a tartalmak egy személyre szabott ajánlórendszer alapján jelennek meg a felhasználóknak. Ez az algoritmus, amely részletesen elemzi a felhasználói viselkedést és érdeklődést, nemcsak a platformon töltött idő maximalizálására, hanem a hirdetési bevételek növelésére is szolgál. A hirdetések átláthatósága szempontjából a *TikTok*-nak különösen fontos lenne nyilvánossá tenni azokat az adatokat, amelyek alapján a hirdetéseket célzottan jeleníti meg.⁸¹

A hirdetési piacra vonatkozó intézkedések a kisebb piaci szereplők számára kedvezőek, mivel ezek csökkentik a nagy platformok dominanciáját a reklámpiacon, egyenlőbb feltételeket

⁷⁸ Husovec, M. (2024). Principles of the Digital Services Act, Oxford University Press, 7–8. o.

⁷⁹ Majcher, I., & Robertson, V. TikTok and Transparency Obligations in the EU Digital Services Act (DSA) – A Scoping Review, European Law Review, 2024/1.

⁸⁰ hatékonyabban tartalombeágyazás, bármely webhelyről vagy alkalmazásról, így a szolgáltatások és információk átadása rugalmasabb lesz

⁸¹ Majcher, I., & Robertson, V. i.m.

biztosítva. Kérdés az, hogy mennyiben tudnak kellőképp érvényesülni, hiszen egy VLOP hirdetési felületén kell versenyezniük, például az *Amazon*-nal, – amelynek minden szempontból nagyobb lehetőségei és forrásai állnak rendelkezésre – ami szintén VLOP-nak minősül. Mindenestere, ennek pozitív eredményeként a kisebb cégek számára is hozzáférhetőbbé válik a digitális piac, támogatva a helyi innovációt és a fogyasztók választási lehetőségeit az uniós belső piacon.

IV. A digitális piac kordában tartása: A DMA

IV.I. A Digital Markets Act a tisztességes verseny és az egységes digitális piacért

A DMA⁸² olyan EU-s szabályozási keret, amelyet a digitális piacok szabályozására – versenyhelyzet javításáért – különös tekintettel a nagy online platformok úgynevezett „kapuőrökre” tekintettel alkottak meg. A kapuőri dominanciával kapcsolatos kihívások hivatott rendezni és a piaci erőfölényük korlátozását akarja elérni. „A DMA célja a digitális kapuőrök, vagyis a piacon jelentős hatást gyakorló nagy online platformok szabályozása. Ezek a kapuőrök, amelyeket gyakran nagy technológiai vállalatokhoz kapcsolnak, jelentős piaci hatalommal rendelkeznek, és kulcsfontosságú hozzáférési pontokat kontrollálnak a vállalkozások és a fogyasztók számára.”⁸³ A jogszabály törekszik a tisztességes versenyt biztosítani.

A DMA csökkenti a digitális piacokban tapasztalható szabályozási széttagoltságot, előirányozva a digitális egységes piac kialakulását. Az Európai Bizottság becslése szerint az integrált DSM több, mint 415 milliárd euróval növelhetné az EU gazdaságát. A DMA-tól várják, hogy csökkentse a tagállami szabályozások eltéréseit, amelyek jelen vannak⁸⁴ és a belső piac széttagolódásának kockázatával fenyegetnek.⁸⁵

A digitális piacokban a méretgazdaságosság és a mérethatékonyság kulcsfontosságú, mivel a kisebb méretű platformok versenyhátrányban vannak a nagyobbakkal szemben, így ezek kedvezőbb árakat és jobb szolgáltatásokat nyújthatnak. Noha Európa technológiai innovációban elmaradni látszik az Egyesült Államok és Kína mögött, a DMA révén szabályozási területen igyekszik előnyt szerezni, amely az uniós szabályozás közös alapját teremti meg, és csökkenti a határokon átnyúló üzleti tevékenységeket akadályozó költségeket.⁸⁶

⁸² a digitális ágazat vonatkozásában a versengő és tisztességes piacokról szóló 2022/1925/EU rendelet, valamint az (EU) 2019/1937 és az (EU) 2020/1828 irányelv módosításáról (digitális piacokról szóló jogszabály)

⁸³ Usercentrics: „Digital Markets Act FAQ: Top 30 Questions Answered”, Usercentrics Knowledge Hub elérhető: <https://usercentrics.com/knowledge-hub/digital-markets-act-faq-top-30-questions-answered/> (letöltés: 2024.10.03)

⁸⁴ például lásd: a 2021. január 19-én hatályba lépett német versenyjogi törvény 10. módosítása „GWB-Digitalisierungsgesetz” elérhető: https://www.bmwl.de/Redaktion/DE/Downloads/Gesetz/gwb-digitalisierungsgesetz-zusammenfassung.pdf?__blob=publicationFile&v=4

⁸⁵ Európai Parlament: „Az Európai Parlament határozata a Digital Markets Act-ről (2021/0499)”, Európai Parlament. elérhető: https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/TA-9-2021-0499_HU.html (letöltés: 2024.10.03)

⁸⁶ Information Technology and Innovation Foundation, The Digital Markets Act: A Good, But Not Perfect, Solution for Digital Competition in Europe, (2022) elérhető: <https://itif.org/publications/2022/08/24/the-digital-markets-act-will-backfire-new-itif-report-concludes/> (letöltés: 2024.10.01)

IV.II. A DMA megelőző szabályozási kerete és hatásai

A DMA a piaci visszaélések megjelenésük előtt próbálja kezelni; ennek lényege, hogy a rendelet olyan előírásokat állapít meg, amelyek már azelőtt korlátozzák a nagy technológiai cégeket bizonyos tevékenységekben, hogy azok tényleges versenyproblémát okoznának. Ez a megelőző szabályozási keret azt jelenti, hogy a DMA pontosan meghatározza, mit tehetnek és mit nem tehetnek a kapuőr szerepet betöltő nagy platformok, hogy elkerüljék a visszaélésszerű magatartásokat.⁸⁷

A szabályozás alapján tilos a platformoknak, hogy saját szolgáltatásait előnyben részesítse a keresési eredményekben, vagy korlátozza versenytársai hozzáférését a felhasználói adatokhoz és a kapuőrök nem követhetik nyomon a felhasználókat célzott hirdetésekhez, kivéve, ha ehhez a felhasználók kifejezetten hozzájárulnak. A Kapcsolattartás szabadsága alapján nem akadályozhatják meg a vásárlókat abban, hogy platformon kívül kapcsolatba lépjenek más vállalkozásokkal és lehetőséget kell biztosítani a gyárilag telepített szoftverek eltávolítására a felhasználóknak a készülékeikről.⁸⁸

Az ilyen szabályokat elméletben már a jogsértések megjelenése előtt érvényesítik, hogy megelőzzék a potenciális piaci torzulásokat és a fogyasztókra gyakorolt káros hatásokat. Az ex ante megközelítés kritikussai szerint ez a módszer azonban gátolhatja az innovációt, mivel a nagy technológiai vállalatok kevésbé lesznek motiváltak új termékek és szolgáltatások kifejlesztésére, ha előre tudják, hogy a szabályozás korlátozni fogja azok használatát vagy elérhetőségét. Az előre meghatározott korlátozások ugyanis olyan helyzetet teremthetnek, amelyben a nagy platformok nem tudnak teljes rugalmassággal és kreativitással újítást véghez vinni, mivel állandóan figyelembe kell venniük mesterséges korlátjaikat.⁸⁹

IV.III. Kapuőrök kötelezettségei a piaci verseny szempontjából

A DMA rendelkezései szerint a kapuőr szerepet betöltő nagy platformok (például olyan technológiai óriások, mint a *Google*, *Amazon* vagy *Meta*) nem tarthatják fenn kizárólagos

⁸⁷ The Leaflet: „Shaping the Future of Digital Markets: The Importance of Ex-Ante Regulations”, The Leaflet elérhető: <https://theleaflet.in/shaping-the-future-of-digital-markets-the-importance-of-ex-ante-regulations/> (letöltés: 2024.10.03)

⁸⁸ Európai Bizottság: „A digitális piacokról szóló jogszabály: a tisztességes és nyitott digitális piacokért” elérhető: https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/europe-fit-digital-age/digital-markets-act-ensuring-fair-and-open-digital-markets_hu (letöltés: 2024.10.03)

⁸⁹ ITIF: „Digital Markets Act: A Triumph of Regulation Over Innovation”, ITIF, 2022. augusztus 24. elérhető: <https://itif.org/publications/2022/08/24/digital-markets-act-a-triumph-of-regulation-over-innovation/> Európai Bizottság: „A digitális piacokról szóló jogszabály: a tisztességes és nyitott digitális piacokért” elérhető: https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/europe-fit-digital-age/digital-markets-act-ensuring-fair-and-open-digital-markets_hu (letöltés: 2024.10.04)

hozzáférést azokhoz az adatokhoz, amelyeket a felhasználók generálnak szolgáltatásaik használata során. Ez azt jelenti, hogy a DMA előírja a kapuőr platformoknak, hogy megosszák bizonyos adatokat azokkal a kisebb vállalatokkal vagy versenytársakkal, akik az ő ökoszisztémájukra építve szeretnék a saját szolgáltatásaikat kínálni. Ezzel a rendelet egyenlő versenyfeltételeket teremt, és mérsékli a nagy online platformok előnyét; biztosítja a hasonló betekintést, ami lehetővé teszi a kisebb vállalatok számára, hogy versenybe szálljanak a technológiai óriásokkal.⁹⁰

A szabályozás továbbá előírja, hogy a kapuőrök egyenlően kezeljék a platformjaikat használó összes vállalatot. Ez megakadályozza a diszkriminációt is.⁹¹ Például, ha egy kis vállalat szeretne alkalmazást vagy szolgáltatást fejleszteni, amely egy nagy technológiai platformra támaszkodik, akkor ez a cég hozzáférhet bizonyos adatokhoz (pl. felhasználói interakciókra vagy keresési előzményekre vonatkozókhöz).

Ennek a hozzáférésnek köszönhetően a kisebb vállalatok számára is megnyílik a lehetőség az innovációra, hiszen már nem maradnak teljesen háttérbe szorítva a nagy kapuőrök mellett. Konkrétumként, az Európai Unió versenyhatóságai várhatóan pénzbírságot szabnak ki az *Apple*-re a DMA megsértése miatt. A vád szerint az *Apple* korlátozta a fejlesztőket abban, hogy az *App Store*-on kívüli, kedvezőbb árú vásárlási lehetőségekre irányítsák a felhasználókat, ami egyértelműen sérti a már előbb bemutatott előírásokat. A bírság összege elérheti az *Apple* éves globális bevételeinek 10%-át, ami akár 38 milliárd dollár is lehet. Ez lesz az első alkalom, hogy a DMA keretében ilyen szankciót alkalmaznak.⁹²

IV.IV. Kapuőr minősítési kérdések

A DMA szerint a „kapuőrök” (*gatekeepers*) azok a digitális platformok, amelyek olyan pozícióban vannak, hogy ellenőrzést gyakorolnak a digitális piac kulcsfontosságú hozzáférési pontjai felett. Ezek közé tartozik, hogy a vállalat jelentős hatást gyakorol az EU belső piacára, stabil és tartós pozícióval rendelkezik, illetve, hogy egy vagy több online közvetítő szolgáltatást nyújt, amelyeket nagy számú üzleti és végfelhasználó használ a mindennapi tevékenységeik során. Kapuőr minősítést kap az a platform, amely „az EU területén legalább 45 millió aktív

⁹⁰ A DMA rendelet összefoglalása elérhető: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HU/LSU/?uri=CELEX:32022R1925>

⁹¹ Centre for European Reform: „No Pain, No Gain: The Digital Markets Act”, CER Policy Brief, 2022. elérhető: <https://www.cer.eu/publications/archive/policy-brief/2022/no-pain-no-gain-digital-markets-act> (letöltés: 2024.10.04)

⁹² The Verge: "Apple reportedly facing first-ever EU fine over App Store rules", The Verge, 2024 november 5, elérhető: <https://www.theverge.com/2024/11/5/24289067/apple-eu-fine-digital-markets-act-app-store> (letöltés: 2024.11.25)

végfelhasználót és 10 000 aktív üzleti felhasználót szolgál ki havonta, valamint megfelel bizonyos pénzügyi küszöbértékeknek.”⁹³ E kritériumok révén a DMA célja, hogy azonosítsa és szigorúbb kötelezettségek alá vonja azokat a platformokat, amelyek képesek a digitális piacokat befolyásolni, a verseny tisztességes működését veszélyeztetni, illetve az innovációt és a felhasználói választási lehetőségeket korlátozni.

A T-1077/23. ügyben⁹⁴ a *Bytedance*, a *TikTok* mögött álló vállalat, kifogásolta az Európai Bizottság döntését, amely szerint *Bytedance*-et a DMA értelmében kapuőrnek minősítették. A *Bytedance* esetében a Bizottság azt állította, hogy a platform jelentős hatást gyakorol a digitális piacra, és tartós, stabil pozícióval rendelkezik, amit a *TikTok* által elért magas aktív felhasználószám, valamint a bevételi szint igazol.

A Bizottság a kínai székhellyel rendelkező vállalat esetében úgy találta, hogy ezek a kritériumok teljesülnek⁹⁵, és hogy a *TikTok* platformja kulcsfontosságú hozzáférési pontokat ural az EU-ban, amivel jelentős befolyást gyakorolhat a digitális piac dinamikájára. A *Bytedance* érvelése szerint a kapuőr-minősítés alkalmazása indokolatlan, mivel a *TikTok* különbözik a hagyományos kapuőr szerepet betöltő platformoktól, mint például a *Google* vagy az *Amazon*, amelyek üzleti ökoszisztémákat uralnak. A cég úgy véli, hogy a *TikTok* csak egy része a közösségi média struktúrájának, és nem gyakorol olyan típusú piaci kontrollt, amely indokolná a minősítést. A Bíróság értelmezése szerint a „tartós és stabil pozíció” azt jelenti, hogy a vállalat piaci helyzete időben fennáll, és valószínűsíthetően a közeljövőben is megmarad.

A Bizottság a *Bytedance* esetében figyelembe vette a *TikTok* platform gyors növekedését és széles körű felhasználói bázisát, ami arra utal, hogy a vállalat pozíciója nemcsak jelenleg erős, hanem várhatóan hosszú távon is az marad. A Bíróság hangsúlyozta, hogy a DMA kapuőr-minősítési kritériumait a digitális piac különböző szereplőire egyedileg kell alkalmazni, figyelembe véve az adott vállalat üzleti modelljét, piaci jelenlétét és befolyását. A Bizottság feladata, hogy minden egyes esetben alapos elemzést végezzen, és megállapítsa, hogy a vállalat megfelel-e a kapuőr kritériumoknak. A Bizottság a *Bytedance* vállalatát helyesen minősítette a kapuőrnek.

⁹³ lásd: A DMA rendelet 3.cikk (2) a) pontját

⁹⁴ T-1077/23. ügy elérhető: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A62023TN1077>

⁹⁵ Az előző bekezdésben felsorolt kritériumok.

V. A jövő bizonytalansága és új kihívások a belső piacon

V.I. Az „e-selyemút” kiváltotta aggodalmak

Az e-kereskedelem megerősödése szemmel látható, mivel az Európai Unióban a 2012 és 2022 közötti időszakban az elektronikus értékesítésekkel rendelkező vállalatok aránya 16,4%-ról 22,9%-ra nőtt. Ugyanezen időszak alatt a vállalatok elektronikus értékesítésekből származó árbevételének aránya 4,9 százalékponttal emelkedett, 13,1%-ról 18,0%-ra.⁹⁶

Kína belépése a piacra aggodalomra ad okot; az alacsony fogyasztói árazással szereplő termékek teljesen alávágják az európai vállalkozásokénak. A *Temu*, az *Aliexpress* és hasonló ázsiai vállalatok összekötik a fogyasztókat közvetlenül a gyártókkal, ezért is volt lehetőségük ismét kiépíteni egy jól működő „e-selyemutat”. Ez kifejezett hatással van a digitális piacon belüli e-kereskedelembre, és a kínálatot elárasztja az olcsó és sok esetben alacsony minőségű áru. További kételyeket támaszt a közvetítők hirdetési felületein, hogyan tudnak érvényesülni a kkv-k, mivel elég nehéz felvenni a *Temu* hirdetéspolitikájával és likviditásával a versenyt.

A *Temu* az év elején jelentette be, hogy európai és amerikai eladóknak is lehetőséget fog biztosítani arra, hogy termékeiket közvetlenül a platformon értékesítsék. Ez több gondot is felvet: A *Temu* ezzel mindenképp nyereségre fog tudni szert tenni, tovább növelheti az EU gazdasági függését Kínától.⁹⁷ A kkv-k számára ugyanakkor bizonytalan egy olyan üzleti modellhez „csatlakozni”, amin sokkal nehezebb lesz kitűnni a kínai versenytársak miatt a platformon, utóbbi olcsóbb termékeik miatt. A kínai vállalatok nagy része egyébként is a szállítási költségeken keres rengeteget. Ugyanakkor az ázsiai országnak megvannak a maga problémái: a világpiacon a legmeghatározóbb szerepet tölti be, de nem biztos, hogy hosszútávon a gyártásra – és exportra – fókuszált kínai gazdaságpolitikai fenntartható lesz.⁹⁸ Folyamatosan ott lebeg a levegőben a túltermelés – és annak a kényszere – amikor már a kínálatukat nem tudják értékesíteni, és ezt a gazdasági berendezkedést károsan fogják érinteni a különböző protekcionista intézkedések. Az EU a kkv-k fellendítésével drasztikusan ellensúlyozná a jelenlegi kínai közvetítőket a piacon, lehetőség nyílna arra, hogy a

⁹⁶ Eurostat, „E-commerce statistics,” 1. ábra elérhető: https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=E-commerce_statistics (letöltés: 2024.11.29)

⁹⁷ Associated Press: Temu and Shein sellers expand to the US, raising concerns among small businesses. elérhető: <https://apnews.com/article/temu-shein-sellers-us-expand-cc1665b5cf2d7b5e927c442de801bed6> (letöltés: 2024.11.28)

⁹⁸ Makronóm: Peking gazdaságstratégiája: belső fogyasztás helyett csúcsra járatni az exportot, elérhető: <https://makronom.eu/2024/08/28/peking-gazdasagstrategiaja-export-makronom/> (letöltés: 2024.11.28)

visszamaradott és kiszervezett iparágainkat – például a könnyűipart – az európai szintre visszavezessük.⁹⁹

V.II. Az Ecommerce Europe nyílt levele

Fajsúlyos nyílt levelet intézett az EU döntéshozóihoz az *Ecommerce Europe*, amely az e-kereskedelemre vonatkozóan a tisztességes versenyt és az uniós jogszabályok hatékonyabb érvényesítését kéri. A szervezet az európai digitális kereskedelmi szektor egységes hangja, amely az online árukat és szolgáltatásokat értékesítő vállalatok érdekeit képviseli Európában. Küldetése, hogy az uniós döntéshozókkal együttműködve kedvezőbb szabályozási keretet alakítson ki minden e-kereskedő számára.¹⁰⁰ A levél tartalmában Luca Cassetti, az *Ecommerce Europe* főtitkára a következőt jelenti ki: „az EU-n kívülről érkező új e-kereskedelmi szereplők léptek be az Unió piacára, akik jelentős nyomást gyakorolnak (...) az EU-ban már jelenlévő vállalatokra. Mindig is támogattuk (...) a nyitott és versenyképes piacot, hiszen az e-kereskedelem globális jelenség. Azonban a döntéshozóknak és az illetékes hatóságoknak biztosítaniuk kell, hogy ez a verseny tisztességes legyen”¹⁰¹. Az EU-ban működő vállalatok magas megfelelési költségekkel szembesülnek az összetett és harmonizálatlan szabályozások miatt, ami megnehezíti számukra az EU-n kívüli, az uniós fogyasztókat célzó szereplőkkel való tisztességes versenyt. Az *Ecommerce Europe* célja a határokon átnyúló e-kereskedelem ösztönzése, jobb szabályozási környezet kialakítása és az e-kereskedelmi szektor igényeinek képviselete az uniós szabványok és szabályozások kialakításában.¹⁰²

A levélben az aláírók sürgetik az EU-t és tagállamait, hogy biztosítsák az EU-n kívüli közvetítők alaposabb ellenőrzését, szankcionálják a jogsértőket ugyanúgy, mint az uniós vállalatokat, és erősítsék a tagállamok közötti együttműködést. Hasonló szankciókat kellene előírni, hiszen az EU régóta kettős mércét alkalmaz a harmadik országból beérkező javakra, – és azok előállítási módjára – míg a kontinensi termelést teljesen leszabályozta.

V.III. Nemzetközi perspektíva: USA és Kína viszonya az EU-s szabályozásokhoz

Az EU új, szigorú szabályozási rendszere jelentős kihívást jelent a globális digitális piacokon működő kínai technológiai vállalatok számára, mint a *ByteDance*, *Tencent*, *Alibaba* és *Huawei*,

⁹⁹ gyártási szempontból mindenképpen előnyös lenne, alacsonyabb szállítási költség

¹⁰⁰ lásd: <https://ecommerce-europe.eu/about-ecommerce-europe/> (letöltés: 2024.11.30.)

¹⁰¹ Ecommerce Europe nyílt levele, elérhető: <https://ecommerce-europe.eu/press-item/urgent-call-for-level-playing-field-and-effective-enforcement-of-eu-rules-towards-all-e-commerce-players-active-in-the-eu/> (letöltés: 2024.11.30.)

¹⁰² lásd: <https://ecommerce-europe.eu/members-of-ecommerce-europe/> (letöltés: 2024.11.30.)

amelyek a világpiacon már kiemelkedő szereplőkké váltak. Ezek a cégek domináns jelenlétet építettek ki olyan területeken, mint a közösségi média, az e-kereskedelem és a telekommunikáció, azonban az EU piacára való belépésük és terjeszkedésük során szigorú megfelelési kötelezettségekkel kell szembenéznük. Az Európai Bizottság egyre nagyobb figyelmet fordít az olyan új szereplőkre, mint a *Temu* – egy gyorsan növekvő kínai e-kereskedelmi platform – megfelelésére a belső digitális piac szabályainak. A *Temu* vizsgálata egyaránt érinti az adatkezelési és fogyasztóvédelmi előírásokat, valamint az illegális tartalmak kezelésére vonatkozó DSA követelményeket.¹⁰³ A kínai vállalatnál különösen a *Meta* hirdetésplatformjain megjelenő hirdetési kreatívok is „szemet szúrtak”, és indokoltá tették a vizsgálat megindítását. A kínai cég próbálja uralni az európai belső piacot, hiszen csak a *Meta* felületein való hirdetési költsége közel 1.7 milliárd dollárra rúgott a 2023-as évben.¹⁰⁴ Ez a masszív és agresszív hirdetéspolitika lehetővé teszi számukra, hogy dominálják a felhasználói hírfolyamot, ezzel háttérbe szorítva az európai gyártók és kereskedőket. Az ilyen platformoknak nemcsak a felhasználói adatok biztonságos és átlátható kezelésére, hanem az EU fogyasztóvédelmi szabályainak való megfelelésre is komoly figyelmet kell fordítaniuk, különösen az olyan illegális tartalmak kezelésében, amelyek megsértik az európai adatvédelmi és tartalomszűrési előírásokat. Jelenleg a Gazdasági Versenyhivatal (továbbiakban: GVH) is vizsgálja a *Temu* kereskedelmi gyakorlatát, mivel a platform agresszív árazási stratégiája és hirdetési tevékenysége jelentős versenyhátrányt okoz a magyar piacon.¹⁰⁵

A másik oldalon az amerikai techcégek, hasonló nyomás alá lettek helyezve az új előírások betartásával kapcsolatban. Amerikai kongresszusi képviselők levelet írtak Biden elnöknek, amelyben az EU DMA szabályozásával kapcsolatosan neheztelnek, amely szerintük diszkriminatív módon célozza az amerikai technológiai vállalatokat. A levél aláírói kifogásolják, hogy az idén kijelölt hat „kapuőr” közül öt amerikai cég, miközben egy sem európai. A képviselők szerint az EU más-más vizsgálati metódust alkalmaz, amely kedvezőbb szabályokat ír elő európai, kínai, és orosz cégek számára. A DMA azon nagy technológiai vállalatokat célozza, amelyek „kaput” biztosítanak a fogyasztók és a vállalkozások között, jelentős hatással a digitális piacra. Szeptemberben az EU kijelölte az *Alphabet*-et, az *Amazon*-

¹⁰³ CEAC RUB: „DMA/DSA: Opportunities and Challenges for EU-China Relations”, elérhető: <https://ceac-rub.org/dma-dsa-opportunities-and-challenges-for-eu-china-relations-strong/> (letöltés: 2024.11.29)

¹⁰⁴ HVG: „Ezért van az, hogy bárhova kattint, mindenhol Temu-reklámok jönnek elő”, HVG, 2024. március 5. elérhető: https://hvg.hu/kkv/20240305_ezert-van-az-hogy-barhova-kattint-mindenhonnan-temu-reklamok-jonnek-elo (letöltés: 2024.11.30)

¹⁰⁵ GVH: „A GVH célkeresztjében a Temu”, Gazdasági Versenyhivatal (GVH) elérhető: <https://www.gvh.hu/sajtoszoba/sajtokozlemenye/2024-es-sajtokozlemenye/a-gvh-celkeresztjeben-a-temu> (letöltés: 2024.11.30)

t, az *Apple*-t, a *Meta*-t, a *Microsoft*-ot és a *TikTok* kínai anyavállalatát, a *ByteDance*-t, míg olyan nagy kínai cégek, mint a *Tencent*, az *Alibaba* és a *Huawei* nem kerültek a listára, mivel nem felelnek meg a DMA szigorú feltételeinek. A képviselők kritikával illetik, hogy az EU nem nevezett meg egyetlen európai kiskereskedőt vagy tartalmegosztó platformot sem kapuórként, és sérelmezik, hogy a *Samsung* böngészője nem kapta meg ezt a státuszt, noha megfelelhett a kritériumoknak. Arra sürgetik az elnököt, hogy lépjen fel az amerikai érdekek védelmében és követelje, hogy az EU egyenlően alkalmazza a digitális piacra vonatkozó szabályokat.¹⁰⁶

Az USA volt elnöke, Donald Trump hasonló véleményen van az EU-s szabályokkal kapcsolatban. Kijelentette, ha újraválasztják – ami megtörtént¹⁰⁷ – nem engedi, hogy az Európai Unió kihasználja az amerikai technológiai vállalatokat, mint például az *Apple*-t. Trump Tim Cookkal, az *Apple* jelenlegi vezérigazgatójával beszélt, aki aggódik az EU által kiszabott, több milliárd dolláros bírságok miatt. Trump azzal érvelt, hogy az EU az ilyen bírságokat az amerikai cégekkel szemben igazságtalanul alkalmazza, és megígérte, hogy elnökként megvédi az amerikai érdekeket az európai szabályozásokkal szemben.¹⁰⁸

Úgy tűnik Európa a digitális tér rejtette kihívások ellenére képes olyan szabályozásokat bevezetni a belső piacának hangolására, hogy az globálisan hat; Anu Bradford szerint ez a „Brüsszel hatásnak”. Az EU „anélkül, hogy nemzetközi intézményekhez kellene fordulnia vagy más nemzetek együttműködését kellene keresnie, (...)egyedülálló képességgel rendelkezik arra, hogy olyan szabályozásokat alkosson, amelyek formálják a globális üzleti környezetet, emelik a világszintű szabványokat, és jelentős mértékben elősegítik a globális kereskedelem számos fontos aspektusának európai képmásra formálását.”¹⁰⁹ Az Unió többször is olyan „trendszerterré” vált, a közvetett hatásaival a globális piacra, ami lehetővé teszi, hogy az uniós szabványok általános normákká váljanak világszerte.¹¹⁰

¹⁰⁶ The Register: „Congress raises complaint over EU's Digital Markets Act”, The Register, 2023. december 19. elérhető: https://www.theregister.com/2023/12/19/congress_eu_dma_complaint/ (letöltés: 2024.11.21)

¹⁰⁷ AP News: „Election Results 2024”, Associated Press (AP News). elérhető: <https://apnews.com/projects/election-results-2024/> (letöltés: 2024.11.22)

¹⁰⁸ The Verge: „Donald Trump and Tim Cook Complain About European Union Fines”, The Verge, 2024. október 17. elérhető: <https://www.theverge.com/2024/10/17/24272648/donald-trump-tim-cook-complain-european-union-fines> (letöltés: 2024.10.27)

¹⁰⁹ Anu Bradford: *The Brussels Effect: How the European Union Rules the World*. Oxford University Press, 2020., Abstract

¹¹⁰ Information Technology and Innovation Foundation (ITIF): „The Brussels Effect: How the Digital Markets Act Projects European Influence,” elérhető: <https://itif.org/publications/2024/03/07/the-brussels-effect-how-the-digital-markets-act-projects-european-influence/> (letöltés: 2024.11.24)

Konklúzió

Az EU az online platformok szabályozásával egy olyan keretet hozott létre, amely összhangban van a belső piac védelmével és a digitális környezet élhetőbbé tételével. A DSA és a DMA bevezetésével az EU egyértelmű üzenetet küldött a nagy technológiai vállalatoknak és a globális piaci szereplőknek: a közösségi médián és online platformokon belüli felelősség kérdését nem hagyhatják figyelmen kívül. Kiegészítéseként, fontos értékelni a két rendelet előtti nemzeti és uniós szabályozások alakulását és azok célkitűzéseit. Az EU korábbi törekvései, mint az e-kereskedelmi irányelv, a nemzeti jogszabályok és azok ítélkezési alapjai nagyban hozzájárultak a rendeletek megalkotásában, a belső piac összehangolására. A szabályozások naprakészségének fenntartása igazi megpróbáltatást jelent, hiszen a technológiai rohamos ütemben fejlődik a jogalkotók feje fölött.

Az ezredfordulóval kezdődően azért volt szükség a folyamatos jogfejlesztésre és a látszólagos digitális innováció korlátozására, mivel a belső piacot védő európai szerződési alapelvek nem voltak képesek biztosítani a digitális piacon az erőfölény szabályozásának hatékonyságát.

Álláspontom alapján az EU globális szerepének megerősítése érdekében fontos, hogy a következő években olyan rugalmas és adaptív szabályozási megközelítést alkalmazzon, amely biztosítja az európai piac és a felhasználók védelmét a digitalizáció újabb hullámai közepette is. Ha tényleg az a cél, hogy a digitális piacot 2030-ra egy hozzáférhetőbb, fejlettebb térré alakítsuk, az ex ante szabályozások elengedhetetlenek. A digitális gazdasági növekedés potenciájának kérdése álláspontomban nyitva marad, a jelenlegi elsőpró piaci fölénnyel rendelkező amerikai és kínai vállalatokkal igazi megpróbáltatás lesz felvenni a versenyt. Valószínűnek tartom, hogy szükség lesz több, hasonló, kkv-kat célzó szabályozások megalkotására, mint a P2B rendelet, éppen azért, hogy az európai vállalatok piaci hátrányát a jog eszközeivel egyenlítsük ki.

Az Európai Uniónak fel kell vennie a versenyt a többi globális nagyhatalommal annak érdekében, hogy biztosítsa belső piacának digitális szuverenitását és megőrizze versenyképességét a gyorsan fejlődő technológiai térben, vagyis fel kell erősíteni a Brüsszel-hatást.

Felhasznált források jegyzéke

I. Irodalomjegyzék

1. Philip Majcher & Hannah Robertson, “Digital Constitutionalism and the New Digital Services Regulation” (2022) European Law Review
2. Busch, Christoph. “The P2B Regulation (EU) 2019/1150: Towards a ‘Procedural Turn’ in EU Platform Regulation?” European Consumer and Market Law 4, no. 1 (2020)
3. D. Keller: Berkeley Technology Law Journal 33. kötet
4. Christina Angelopoulos és Martin Senftleben: „General Monitoring and the Evolution of Digital Services”, Centre for Intellectual Property and Information Law, University of Cambridge, 2020 4. o.
5. Martin Husovec, (2024). Principles of the Digital Services Act, Oxford University Press
6. Dr. Hajnal Zsolt A digitális szolgáltatásokról szóló rendelet közvetítő szolgáltatókra vonatkozó új kötelezettségeiről, felelősségéről, 2023. in: Nemzetközi magánjogi évkönyv, Orac Kiadó 2023.
7. Majcher, I., & Robertson, V. TikTok and Transparency Obligations in the EU Digital Services Act (DSA) – A Scoping Review, European Law Review, 2024/1.
8. Szilágyi Pál: A versenyjog és a digitális piacok monopóliumai, 38. o. Elérhető: https://real.mtak.hu/180913/1/IMR_202301_35-52o.pdf (letöltés:2024.10.01.)
9. Anu Bradford: The Brussels Effect: How the European Union Rules the World. Oxford University Press, 2020.
10. Rigó Csaba Balázs – Szoboszlai Izabella – Csirszki Martin Milán: A Hazai Fogyasztóvédelmi Jog Áttekintése: alapok, kihívások, aktualitások, Versenytükör-könyvsorozat II. kötet 2023.
11. Gitta Veldt The New Product Liability Proposal – Fit for the Digital Age or in Need of Shaping up? 2023.

12. Dr. Németh Szabolcs, A közösségi oldalak szolgáltatóinak jogi felelőssége, 2020, elérhető: https://ajk.kre.hu/images/doc2021/doktori/Nemeth_Szabolcs_PhD_dolgozat_muhelyvitara_FINAL.pdf (letöltés: 2024.10.01.)

13. Grad-Gyenge Anikó: A tartalommegosztó platformszolgáltatók és más közvetítő szolgáltatók szerzői jogsértésekért való felelőssége a Digital Services Act tükrében (IMR, 2023/2., 25-44. o.) elérhető: <https://szakcikkadatbazis.hu/doc/2023615> (letöltés: 2024.11.25.)

14. Tóth András: Az online platformok európai szabályozása (IMR, 2022/2., 78-102. o.) elérhető: <https://szakcikkadatbazis.hu/doc/1082455> (letöltés: 2024.10.30)

15. Dr. Liber Ádám: A közvetítő szolgáltatók felelőssége a szellemi tulajdon megsértéséért az Európai Unióban - Iparjogvédelmi és Szerzői Jogi Szemle - 8. (118.) évfolyam 3. szám, 2013. június elérhető: <https://www.sztnh.gov.hu/kiadv/ipsz/201303-pdf/01.pdf> (letöltés: 2024.11.01.)

II. Jogforrások

1. P2B rendelet elérhető: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HU/TXT/?uri=CELEX:32019R1150>

2. GDPR (általános adatvédelmi) rendelet, Az Európai Parlament és a Tanács (EU) 2016/679 rendelete (2016. április 27.) elérhető: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HU/TXT/?uri=celex%3A32016R0679>

3. 2000/31/EK irányelv elérhető: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HU/TXT/?uri=CELEX:32000L0031>

4. A Digital Sevices Act elérhető: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HU/TXT/?uri=CELEX:32022R2065>

5. Európai Parlament: „Az Európai Parlament határozata a Digital Markets Act-ről (2021/0499)”, Európai Parlament. elérhető: https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/TA-9-2021-0499_HU.html

6. A DMA rendelet összefoglalása elérhető: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HU/LSU/?uri=CELEX:32022R1925>

7. EUMSZ 102. cikke elérhető: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HU/TXT/HTML/?uri=CELEX%3A12008E102>

8. GWB-Digitalisierungsgesetz elérhető: https://www.bmwk.de/Redaktion/DE/Downloads/Gesetz/gwb-digitalisierungsgesetz-zusammenfassung.pdf?__blob=publicationFile&v=4

9. BGH 2017. június 20-i döntése (I ZR 154/16)

10. BGH I ZR 3/14. 26.11.2015.

11. A Dailymotion ügy (08/01371.sz.) elérhető: <https://www.legifrance.gouv.fr/juri/id/JURITEXT000019190719>

12. Tribunal judiciaire de Paris, 2024. augusztus 9. (N RG 24/02273 - N Portalis 352J-W-B7I-C4DQX)

13. 2023. évi CIV. törvény az internetes közvetítő szolgáltatások egyes szabályairól elérhető: <https://net.jogtar.hu/jogszabaly?docid=A2300104.TV×hift=ffffff4&txtreferer=00000001.TXT>

14. Avia törvény elérhető: <https://www.legifrance.gouv.fr/jorf/id/JORFTEXT000042031970>

15. A Netzdg törvény elérhető: <https://www.gesetze-im-internet.de/netzdg/BJNR335210017.html>

16. Az ARCOM-mal kapcsolatos francia törvény elérhető: https://www.legifrance.gouv.fr/loda/id/JORFTEXT000044245615?init=true&page=1&query=Loi+n%C2%B0+2021-1382+du+25+octobre+2021&searchField=ALL&tab_selection=all
(letöltés: 2024.10.18)

III. Az Európai Unió Bíróságának ítéletei

1. C-131/12. ügy

2. T-451/20. ügy

3. C-48/22. P. ügy

4. C-252/21. ügy

5. C-324/09. ügy

6. T-1077/23. ügy

7. C-314/12. ügy

8. T-367/23. R. ügy

9. C-639/23. P. (R.) ügy

10. T-604/18. ügy

IV. Egyéb források, szakcikkek

1. Kluwer Competition Law Blog: „The End of the Google Shopping Saga”, Kluwer Competition Law Blog, 2024. október 28. Elérhető: <https://competitionlawblog.kluwercompetitionlaw.com/2024/10/28/the-end-of-the-google-shopping-saga/> (letöltés: 2024.11.16)
2. European Commission, „Digital Strategy,”. Elérhető: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en> (letöltés: 2024.11.16)
3. European Commission: Directorate-General for Internal Market, Industry, Entrepreneurship and SMEs, Gineikytė-Kanclerė, V., Klimavičiūtė, L., Kudzmanaitė, B. and Lechardoy, L., Study on evaluation of the Regulation (EU) 2019/1150 on promoting fairness and transparency for business users of online intermediation services (the P2B Regulation) – Final report, Publications Office of the European Union 2023. 3. o., elérhető: <https://data.europa.eu/doi/10.2873/29212> (letöltés: 2024.10.29)
4. Európai Bizottság: „A digitális piacokról szóló jogszabály: a tisztességes és nyitott digitális piacokért” elérhető: https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/europe-fit-digital-age/digital-markets-act-ensuring-fair-and-open-digital-markets_hu (letöltés: 2024.10.03)
5. Copyright Office Issues Report on DMCA Safe Harbors: Section 512 Is Unbalanced", TCAM Today, 2020. Elérhető: <https://www.tcamtoday.com/2020/copyright-office-issues-report-on-dmca-safe-harbors-section-512-is-unbalanced/> (letöltés: 2024.10.01.)
6. Dr. Marc Mimler, „First things first” – German Federal High Court provides guidance on the scope of secondary liability of internet service providers for online copyright infringement. elérhető: https://www.researchgate.net/publication/305270272_First_things_first_German_Federal_High_Court_provides_guidance_on_ISP_liability_in_online_copyright_infringement_cases (letöltés: 2024.10.04.)
7. Paul Schedelbeck, Miriam Harner és Jasmin Körber: „Facebook-Gesetz” – Ein Gesetz, das die Freiheit im Netz beschneiden könnte, BR Puls, 2018. január 2. elérhető: <https://www.br.de/puls/themen/netz/hate-speech-maas-gesetz-100.html> (letöltés: 2024.10.04.)

8. EDRI: French Avia Law Declared Unconstitutional: What Does This Teach Us at EU Level? elérhető: <https://edri.org/our-work/french-avia-law-declared-unconstitutional-what-does-this-teach-us-at-eu-level/> (letöltés: 2024.10.04.)
9. Le Club des Juristes: Quand inciter les plateformes à sur-censurer porte atteinte à la liberté d'expression, Le Club des Juristes, elérhető: <https://www.leclubdesjuristes.com/archives-cdj/quand-inciter-les-plateformes-a-sur-censurer-porte-atteinte-a-la-liberte-dexpression-3138/> (letöltés: 2024.10.04.)
10. NMHH - Górcső alatt a hazai online piacterek és a DSA-rendelet elérhető: <https://www.youtube.com/watch?v=L4rEhQeiLBk> (letöltés: 2024.10.11)
11. KPMG Blog: „Hatályba lépett a digitális szolgáltatásokról szóló EU-s rendelet”, KPMG, 2022. november. elérhető: <https://blog.kpmg.hu/2022/11/hatalyba-lepett-a-digitalis-szolgaltatasokrol-szolo-eu-s-rendelet/> (letöltés: 2024.10.07)
12. A Meta átláthatósági statisztikái elérhető: <https://transparency.meta.com/reports/community-standards-enforcement/bullying-and-harassment/facebook/>
13. A Google átláthatósági statisztikái elérhető: <https://transparencyreport.google.com/youtube-policy/removals?hl=hu>
14. Techworld: „A Twitter a bíróságon fellebbez egy felhasználói fiókkal kapcsolatos reklámáció miatt”, Techworld, 2023. február 2. elérhető: <https://techworld.hu/2023/02/02/twitter-fellebbezes-fio-ek-reklamacio/> (letöltés: 2024.10.11)
15. Amazon Brand Services: „Transparency – Product Serialization Service”, Amazon Brand Services. elérhető: <https://brandservices.amazon.com/transparency>
16. A Facebook Hirdetési Könyvtára elérhető: <https://www.facebook.com/ads/library/>
17. Európai Bizottság: „A félretájékoztatás elleni küzdelem megerősített EU-s kódexe”, Európai Bizottság. elérhető: https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/new-push-european-democracy/protecting-democracy/strengthened-eu-code-practice-disinformation_hu (letöltés: 2024.10.15)
18. The Leaflet: „Shaping the Future of Digital Markets: The Importance of Ex-Ante Regulations”, The Leaflet elérhető: <https://theleaflet.in/shaping-the-future-of-digital-markets-the-importance-of-ex-ante-regulations/> (letöltés: 2024.10.03)

19. ITIF: „Digital Markets Act: A Triumph of Regulation Over Innovation”, ITIF, 2022. augusztus 24. elérhető: <https://itif.org/publications/2022/08/24/digital-markets-act-a-triumph-of-regulation-over-innovation/> (letöltés: 2024.10.04)
20. Centre for European Reform: „No Pain, No Gain: The Digital Markets Act”, CER Policy Brief, 2022. elérhető: <https://www.cer.eu/publications/archive/policy-brief/2022/no-pain-no-gain-digital-markets-act> (letöltés: 2024.10.04)
21. Európai Parlament, „Állásfoglalás Európa digitális jövőjének alakításáról”, elérhető: https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/TA-9-2021-0261_HU.html#def_1_3 (letöltés: 2024.11.14)
22. data.europa.eu: „Digital Services Act: What You Need to Know”, data.europa.eu. elérhető: <https://data.europa.eu/en/news-events/news/digital-services-act-what-you-need-know> (letöltés: 2024.10.15)
23. Európai Bizottság: „Európa a digitális korban – Új online szabályok a vállalkozások számára”, Európai Bizottság. elérhető: https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/europe-fit-digital-age/digital-services-act/europe-fit-digital-age-new-online-rules-businesses_hu (letöltés: 2024.10.16)
24. Európai Bizottság: „A Digitális Szolgáltatások Jogszába (DSA) és a nagyon nagy online platformok (VLOP-ok)”, Európai Bizottság. elérhető: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/hu/policies/dsa-vlops> (letöltés: 2024.10.17)
25. European Commission, „Communication: Shaping Europe’s Digital Future”, elérhető: https://eufordigital.eu/wp-content/uploads/2020/04/communication-shaping-europes-digital-future-feb2020_en_4.pdf (letöltés: 2024.11.18)
26. Európai Parlament, „A belső piac: általános elvek”, elérhető: <https://www.europarl.europa.eu/factsheets/hu/sheet/33/a-belso-piac-altalanos-elvek> (letöltés: 2024.11.16)
27. Eurostat, „Demography 2024: Interactive Publications” elérhető: <https://ec.europa.eu/eurostat/web/interactive-publications/demography-2024> (letöltés: 2024.11.16)
28. <https://news.microsoft.com/announcement/microsoft-acquires-skype/?msocid=23d3ef5614bc66542ad6fa5c1537672b> (letöltés: 2024.12.01)

29. <https://www.apple.com/newsroom/2018/09/apple-acquires-shazam-offering-more-ways-to-discover-and-enjoy-music/> (letöltés: 2024.12.02.)
30. European Political Strategy Centre (EPSC): „EU Industrial Policy after Siemens-Alstom: Finding a New Balance between Openness and Protection,” 2019., European Commission. elérhető: <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/03fb102b-10e2-11ea-8c1f-01aa75ed71a1> (letöltés:2024.11.17.)
31. onlineplatformok.hu: „Mi is az a DSA?”, onlineplatformok.hu. elérhető: <https://onlineplatformok.hu/cikk/mi-is-az-a-dsa> (letöltés: 2024.10.17)
32. Information Technology and Innovation Foundation, The Digital Markets Act: A Good, But Not Perfect, Solution for Digital Competition in Europe, (2022) elérhető: 26. <https://itif.org/publications/2022/08/24/the-digital-markets-act-will-backfire-new-itif-report-concludes/> (letöltés: 2024.10.01)
33. Usercentrics: „Digital Markets Act FAQ: Top 30 Questions Answered”, Usercentrics Knowledge Hub elérhető: <https://usercentrics.com/knowledge-hub/digital-markets-act-faq-top-30-questions-answered/> (letöltés: 2024.10.03)
34. The Verge: "Apple reportedly facing first-ever EU fine over App Store rules", The Verge, 2024 november 5, elérhető: <https://www.theverge.com/2024/11/5/24289067/apple-eu-fine-digital-markets-act-app-store> (letöltés: 2024.11.25)
35. Eurostat, „Digital economy and society statistics - households and individuals” 4. illetve 5. és 8. ábrák. Elérhető: https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Digital_economy_and_society_statistics_households_and_individuals#Use_of_internet (letöltés: 2024.11.12)
36. European Comission, „The Digital Decade”, 532. számú, Special Eurobarometer, 6. o. elérhető: https://d110erj175o600.cloudfront.net/wp-content/uploads/2023/06/14123808/Digital_decade_sp532_summary_en.pdf (letöltés: 2024.11.12.)
37. CEAC RUB: „DMA/DSA: Opportunities and Challenges for EU-China Relations”, CEAC RUB. elérhető: <https://ceac-rub.org/dma-dsa-opportunities-and-challenges-for-eu-china-relations-strong/> (letöltés: 2024.11.29)

38. HVG: „Ezért van az, hogy bárhova kattint, mindenhol Temu-reklámok jönnek elő”, HVG, 2024. március 5. elérhető: https://hvg.hu/kkv/20240305_ezert-van-az-hogy-barhova-kattint-mindenhonnan-temu-reklamok-jonnek-elo (letöltés: 2024.11.30)
39. GVH: „A GVH célkeresztjében a Temu”, Gazdasági Versenyhivatal (GVH) elérhető: <https://www.gvh.hu/sajtoszoba/sajtokozlomenyek/2024-es-sajtokozlomenyek/a-gvh-celkeresztjeben-a-temu> (letöltés: 2024.11.30)
40. The Register: „Congress raises complaint over EU's Digital Markets Act”, The Register, 2023. december 19. elérhető: https://www.theregister.com/2023/12/19/congress_eu_dma_complaint/ (letöltés: 2024.11.21)
41. AP News: „Election Results 2024”, Associated Press (AP News). elérhető: <https://apnews.com/projects/election-results-2024/> (letöltés: 2024.11.21)
42. The Verge: „Donald Trump and Tim Cook Complain About European Union Fines”, The Verge, 2024. október 17. elérhető: <https://www.theverge.com/2024/10/17/24272648/donald-trump-tim-cook-complain-european-union-fines> (letöltés: 2024.10.27)
43. European Commission, „Antitrust: Commission fines Google €4.34 billion for illegal practices regarding Android mobile devices to strengthen dominance of Google’s search engine,” elérhető: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_18_4581 (letöltés: 2024.11.17)
44. Eurostat, „E-commerce statistics,” 1. ábra elérhető: https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=E-commerce_statistics (letöltés: 2024.11.29)
45. Associated Press: Temu and Shein sellers expand to the US, raising concerns among small businesses. elérhető: <https://apnews.com/article/temu-shein-sellers-us-expand-cc1665b5cf2d7b5e927c442de801bed6> (letöltés: 2024.11.28)
46. Makronóm: Peking gazdaságstratégiája: belső fogyasztás helyett csúcsra járatni az exportot, elérhető: <https://makronom.eu/2024/08/28/peking-gazdasagstrategiaja-export-makronom/> (letöltés: 2024.11.28)
47. <https://ecommerce-europe.eu/about-ecommerce-europe/> (letöltés: 2024.11.30.)
48. Ecommerce Europe nyílt levele, elérhető: <https://ecommerce-europe.eu/press-item/urgent-call-for-level-playing-field-and-effective-enforcement-of-eu-rules-towards-all-e-commerce-players-active-in-the-eu/> (letöltés: 2024.11.30.)

49. <https://ecommerce-europe.eu/members-of-ecommerce-europe/> (letöltés: 2024.11.30.)

50. Information Technology and Innovation Foundation (ITIF): „The Brussels Effect: How the Digital Markets Act Projects European Influence,” elérhető: <https://itif.org/publications/2024/03/07/the-brussels-effect-how-the-digital-markets-act-projects-european-influence/> (letöltés: 2024.11.24)

MINDEN JOG A TISZTELT SZERZŐKET ILLETI!