

# Риски развития бигтех-компаний



Вопреки существовавшей на заре появления Интернета догме, сулившей обеспечение равного доступа для всех к цифровой информации и экономическим возможностям благодаря Сети, создание цифровых платформ (ЦП) привело к концентрации финансовой и социальной активности в руках небольшого числа крупных и влиятельных компаний. Многие из них выступают частными регуляторами собственных экосистем и устанавливают правила, с помощью которых взаимодействуют с пользователями, проектируя таким образом свою бизнес-среду. Поэтому проблема управления платформенными структурами чрезвычайно важна и требует детального изучения. Основными ее аспектами являются контроль за входом на рынок и исключением из него; строгий надзор за способами представления продавцами своих предложений; сосредоточение огромных объемов информации, генерируемой на платформе, и ее использование; установление стандартов в отношении политики доставки и возврата; введение регулирования цен и условий режима наибольшего благоприятствования и т.д.

## Победитель получает все

По сложности архитектуры управления крупнейшие платформенные компании напоминают национальные государства. К примеру, Facebook, имея более 1,5 млрд пользователей, контролирует контингент, превышающий население Китая, Google обрабатывает 64% онлайн-поисков в США и 90% в Европе, а Alibaba совершает транзакции на сумму более 1162 млрд долл. в год и осуществляет 70% всех коммерческих поставок в КНР. ЦП такого масштаба представляют собой экономические системы, которые иногда больше, чем хозяйственные структуры целых стран [1].

Компании, работающие на цифровых платформах, являются одними из самых дорогих в мире. Совокупная рыночная капитализация всего четырех фирм – Alphabet-Google, Amazon, Apple и Facebook – в декабре 2020 г. превысила 5,7 трлн долл., что больше, чем общая оценочная стоимость всей фондовой биржи Euronext. Кроме того, такие корпорации составляют 70% от всех «еди-

норогов» – предприятий с оборотом более 1 млрд долл., включая Ant Financial, Didi Chuxing, Byte Dance и Airbnb. Google и Facebook доминируют в двух третях цифровой рекламы, Google контролирует около 90% интернет-поиска на большинстве рынков (кроме Китая). Apple захватила львиную долю мировой прибыли от смартфонов и большой процент продаж цифрового контента. Amazon регулирует более 40% онлайн-коммерции в Соединенных Штатах и лидирует на рынке электронных книг. Microsoft владеет более чем 90% операционных систем для ПК в мире. Intel поставляет 80% микропроцессоров для персональных компьютеров и более 90% микропроцессоров для интернет-серверов. На Facebook приходится примерно две трети активности в социальных сетях.

Компании, работающие на бигтех-платформе, достигли беспрецедентного уровня экономической мощи и заняли центральное место в цифровой экономике.

## Капитализм слежки

Управление экосистемами включает в себя такой немаловажный вопрос, как оборот и защита персональных сведений о пользователях и соблюдение их конфиденциальности. ЦП собирают и обрабатывают большие данные об участниках, отслеживая все их действия, и могут использовать их, например, для продажи в целях рекламы, недобросовестной конкуренции и манипулирования. Особую тревогу у исследователей вызывает накопление и анализ медицинской информации о здоровье людей и ее доступность для широкого круга лиц за пределами клинических учреждений. Тем самым с помощью обработки данных цифровыми инструментами предоставляются беспрецедентные возможности для их неверной интерпретации и влияния на граждан [3, 4].

По мнению известных американских аналитиков, эти опасения, которые могут быть объединены под термином «капитализм слежки», вызваны последствиями постоянного и часто непреднамеренного взаимодействия людей с цифровыми платформами, которые, предлагая якобы «бесплатные» услуги, на самом деле вовлекают пользователей в свою целевую ловушку и умело управляют ими. Указанные механизмы могут угрожать не только экономическим, но и основным демократическим ценностям [5].

Небезопасны и ЦП, чьи бизнес-модели основаны на рекламе. Они собирают и монетизируют пользовательские данные таким образом, чтобы генерировать огромные прибыли, в то время как конечные участники не всегда осознают роль, которую они играют в системе, инструментализирующей их и их действия в Сети. Их называют «империями манипулирования поведением» и «алгоритмическими системами модификации поведения», где каждый человек в процессе пользования смартфоном получает индивидуализированные, постоянно корректируемые стимулы. То, что сегодня считается практически нормой – всепроникающая слежка и постоянные, тонкие манипуляции, является неэтичным, жестоким, опасным и бесчеловечным, считают авторитетные исследователи. Так, американский аналитик Ланье утверждает, что люди в процессе знакомства с рекламой получают «дофаминовые удары», которые создают у них «зависимость» от платформ социальных сетей, и считает, что это угрожает свободе воли [6].

Неприкосновенность частной жизни потребителей на цифровых платформах повсеместно нарушается. Например, стремление Facebook подключить

сторонние приложения к своему ресурсу привело к массовым утечкам данных, раскрывающим конфиденциальную информацию сотен миллионов граждан. Facebook также объединил инфраструктуры Facebook Messenger, WhatsApp и Instagram, невзирая на обещания не делать этого, тем самым нарушив условие запрета передачи данных пользователей между сервисами. Эти действия могут навредить тем, кто предпочитает каждое приложение в отдельности, на что отреагировал антимонопольный регулятор Германии, запретив Facebook связывать данные из разных источников без добровольного согласия пользователя.

Воздействие цифровых платформ может быть скрыто в технологическом дизайне их интерфейса: это называется «властью дефолтов» [7]. Как показывают специализированные исследования, выявлены распространенные поведенческие недостатки и механизмы, подталкивающие людей к наиболее выгодному для бигтех-компаний выбору. Потребители, как правило, склоняются к навязанным предложениям, идут на поводу у фрейминга и предпочитают настройки по умолчанию, а при понуждении к выбору чаще всего останавливаются на наиболее заметной альтернативе, к примеру опции, выделенной красным цветом или размещенной на первой позиции.

Цифровые платформы также используют так называемые темные паттерны – интерфейсы, затрудняющие выражение фактических предпочтений человека или манипулирующие его поведением, заставляя совершать действия, не соответствующие его приоритетам или ожиданиям [8]. Например, Google Maps постоянно спрашивает владельца смартфона, должен ли сайт, который он чаще всего посещает, быть помечен как «домашний» или «рабочий». Если отметить геолокацию, то всплывающие запросы прекратятся, если же проигнорировать – через несколько дней их будет больше. Чаще всего люди уступают навязчивым предложениям приложения и подтверждают личную информацию, что приводит к утечке данных. Некоторые платформы разрабатывают технологии и интерфейсы, которые предоставляют участникам недостаточную и предвзятую информацию или намеренно ограничивают ее. Поэтому перед регулирующими органами стоит задача сузить перечень технологий и сервисов, способных вводить пользователей в заблуждение или вызывать аддиктивное поведение.

Риски, связанные с вмешательством в личную жизнь, зачастую выходят за рамки непосредственно собранной информации и распространяются на более широкий спектр действий. Платформы могут использовать большие данные, алгоритмы,

предиктивную аналитику, модели и машинное обучение для создания все большего количества выводов о людях. Так, широко известен случай, когда один из ритейлов настойчиво предлагал девочке-подростку купоны на товары, связанные с беременностью, чем вызвал недоумение родителей. Оказывается, ее онлайн-активность позволила аналитическим системам интернет-площадки сделать правильный вывод о ее положении, о чем члены семьи были в неведении. Таких примеров становится все больше, что подтверждает важность соблюдения конфиденциальности при выводе данных.

В целом риски регулирования цифровых платформ и экосистем можно представить следующим образом:



## Совершенство закона

Чтобы избежать подобных коллизий, международными организациями были подготовлены аналитические отчеты для информирования регулирующих органов о случаях и методах злоупотребления властью онлайн-платформами. Так, в докладе «Конкурентная политика в цифровую эпоху» для Европейской комиссии указано, что «в силу своей функции регуляторов доминирующие платформы несут ответственность за то, чтобы их правила не препятствовали свободной, неискаженной и энергичной конкуренции без объективного обоснования. Доминирующая платформа, которая создает рынок, должна обеспечивать равные условия на нем и не должна использовать свои полномочия по установлению правил для определения результата конкуренции» [9].

В США опубликован доклад о деловой практике таких колоссов, как Amazon, Apple, Facebook и Google. На основании обширного анализа было установлено, что каждая платформа теперь служит привратником над ключевым каналом распространения. Регулируя доступ к рынкам, эти гиганты могут выбирать победителей и проигравших в экономике. Они не только обладают огромной властью, но и злоупотребляют ею, взимая непомерные сборы, навязывая жесткие условия контрактов и извлекая ценные данные из людей и компаний, которые полагаются на них. К тому же они следят за другими предприятиями, чтобы выявить потенциальных конкурентов и в конечном итоге выкупить, скопировать или отсеять их конкурентные угрозы. И, наконец, эти фирмы пользуются своей ролью посредников, чтобы еще больше закрепиться на рынке и расширить свое господство. Будь то самопреференция, хищническое ценообразование или исключаящее поведение, ЦП используют свою власть, чтобы стать еще более доминирующими, диктовать условия и добиваться беспрецедентных уступок, которые чреватые значительным экономическим ущербом [10].

В этой связи критически важным становится четкое и гибкое международное и национальное законодательное обеспечение деятельности платформенных компаний, включающее в себя регулирование антиконкурентной политики, массового сбора пользовательских данных, борьбы с незаконным или вредоносным цифровым контентом и др. Как показывает практика, в этом вопросе зарубежная нормотворческая база имеет значительные пробелы. Для уяснения правовой природы цифровых экосистем необходимо обращаться к специальным законам, координирующим отдельные аспекты деятельности цифровых сервисов (законодательство о защите персональных данных, о защите прав потребителей, антимонопольные документы). Учитывая важность этой проблемы, многие страны предприняли попытки совершенствования нормативно-правовых актов в этой сфере. Так, в 2018 г. Европейская комиссия создала Обсерваторию экономики онлайн-платформ, которая отслеживает эволюцию ЦП, а в 2019 г. ЕС ввел новый регламент P2B, направленный на улучшение торговой среды для пользователей онлайн-платформ, решение вопросов, связанных со случаями недобросовестного ведения бизнеса такими структурами, а также содействие прозрачности их деловых отношений.

Через год были обнародованы предложения по принятию новых законов о цифровых рынках (DMA) и цифровых услугах (DSA), нацеленных

на формирование более безопасного цифрового пространства, в котором будут защищены основные права всех пользователей. Первый документ призван дополнить существующие правила конкуренции и бороться с практикой, которая выходит за их рамки, запретить бигтех-компаниям дискриминацию в пользу собственных услуг и ввести регулирование обмена данными, генерируемыми бизнес-структурами и их клиентами при использовании платформ.

Закон о цифровых услугах, принятый в ЕС в августе 2023 г., имеет более широкую сферу действия (применяется ко всем цифровым услугам, которые связывают потребителей с товарами или контентом) и вводит новые обязательства, связанные со сбором данных, а также правила обращения с незаконной или потенциально опасной информацией, ответственности онлайн-провайдеров за контент третьих лиц, обязательств сторонних поставщиков по проверке и защите основных прав пользователей в Интернете. Это делает Закон актуальным не только для всех социальных сетей, онлайн-рынков, онлайн-платформ и т.д. в ЕС, но и для их бизнес-пользователей и клиентов.

Опыт Соединенных Штатов свидетельствует о том, что пока в стране не принято единого закона о защите персональных данных, который бы в полной мере соответствовал новым реалиям. Однако эти вопросы регулирует целый конгломерат различных нормативных актов федерального и регионального значения. Знаковыми в этом смысле стали новые законы нескольких штатов США, адаптированные к защите персональных данных. С учетом активного развития ЦП их в 2018 г. приняли штаты Иллинойс и Калифорния, а в 2023 г. Колорадо, Коннектикут, Юта и Вирджиния. Кроме того, на федеральном уровне в США действует также отраслевое законодательство в этой области [11].

В Китае принят закон PIPL3 о защите персональных данных, а также в конце 2020 г. опубликованы Руководящие принципы по борьбе с монополией в платформенной экономике, согласно которым разрабатываются подходы к определению антиконкурентного поведения в этой среде. Документом вводится запрет монопольных соглашений для онлайн-платформ, которые содержат условия по фиксации цен, сегментации рынка, ограничению производства (продаж), использованию новых технологий (продуктов) и могут быть достигнуты в том числе посредством передовых технических методов и «алгоритмического заговора».

## От фундаментов до узких мест

Наряду с неоспоримыми преимуществами ЦП существуют и серьезные пробелы в регулировании их деятельности. Опасность цифровых платформ заключается в том, что, становясь центральными игроками, они начинают злоупотреблять своим ведущим положением, демонстрируя следующий парадокс: их доминирование в сетях заинтересованных сторон создает для них возможность участвовать в эксплуататорском поведении. В этой связи серьезную озабоченность вызывает тот факт, что сетевые эффекты, как уже было отмечено, способствуют привязке клиента к рынку по принципу «победитель получает все». Причем при определенных обстоятельствах более совершенная платформа не в состоянии вытеснить уже существующую. Это происходит в том случае, когда пользователям сложно или затратно находиться на нескольких конкурирующих площадках одновременно или трудно отказаться от старого оператора, например, из-за отсутствия переносимости данных или функциональной совместимости. Пока платформенные рынки не стали монополистическими, пользователи могут отказаться от регулятора и перейти на другие ресурсы, однако когда платформа сама становится доминирующей, она, как правило, начинает использовать в целях максимизации прибыли механизмы хищнического ценообразования по отношению к потребителям, а также устанавливать тарифы на продукты и услуги поставщиков.

К тому же такие экосистемы характеризуются тем, что выступают не только в качестве посредников для потребителей и бизнес-пользователей, но и в качестве прямых конкурентов для последних. В тематических исследованиях, посвященных антимонопольному контролю в отношении бигтех-компаний, неоднократно упоминаются случаи, связанные с исполнением доминирующими платформами такой «двойной роли» путем использования данных поставщиков для продвижения собственных товаров. Многочисленные примеры свидетельствуют о том, что существующая проблема носит системный характер [12].

Немаловажной проблемой является отсутствие у пользователя полной информации о правилах и принципах работы поисковой оптимизации, ранжирования данных, товаров и услуг, предлагаемых или размещенных на ЦП. Бытует мнение, что рейтинг продукта напрямую зависит от его качества, тогда как в действительности экосистема сама отбирает отзывы, влияющие на оценку товара.

Такая ситуация сказывается на уровне доверия человека к цифровому ресурсу.

Деятельность экосистем может создать эффект «запирания» потребителей внутри платформы. При этом они часто параллельно используют разные площадки и свободно переключаются между ними. Эффект пользовательской «липкости» возникает в том числе в результате перекрестного субсидирования платформами услуг для удерживания доминирующего положения на смежных рынках, что стимулирует регулятора приобретать сторонние организации не только для расширения предоставляемых услуг, но и для нейтрализации потенциальных конкурентов.

Цифровизация и повсеместное подключение к Интернету в сочетании с аналитикой больших данных также коренным образом меняют саму природу трудовых отношений. С помощью повсеместного видеонаблюдения осуществляется дистанционный мониторинг персонала и контролируется работа отдельных лиц без применения обычных механизмов, таких как трудовые договоры, или классических методов управления, основанных на непосредственном надзоре. Это дает возможность выявлять, отслеживать и использовать ресурсы, которые находятся за пределами обычной сферы деятельности фирмы, позволяя платформам принимать новые виды стратегических решений.

Широкое распространение ЦП сопровождается злоупотреблением ими экономической властью в отношении трудовых ресурсов. Это выражается в социальной незащищенности участников платформы (отсутствия у них пенсий, оплачиваемых отпусков и т.п.), поскольку они не входят в штат предприятия и выступают в качестве независимых исполнителей. Особенно это касается сервисных служб, где работники в гораздо меньшей степени защищены юридически и экономически, включая минимальную оплату труда, возможность несправедливого увольнения, лишение социального обеспечения, льгот и т.п. Подобное концептуальное явление получило название «человек-как-услуга» (human-as-service). Ситуация усугубляется необходимостью оплаты расходов на техническое обслуживание и капитальных затрат за счет собственных средств сотрудников: например, таксисты Uber сами несут расходы на топливо, амортизацию и страхование автомобиля.

Нынешняя негативная реакция на платформы набирает обороты. Самые резкие замечания выйдут далеко за рамки критики антиконкурентного поведения и нацелены на сохранение основных

прав человека. Звучит мысль, что в цифровом мире именно эта проблема требует особого внимания и поэтому должна быть включена в профильные правовые акты.

Большие перспективы сулит нынешний активный обмен мнениями между фирмами, крупными технологическими платформами, организациями из традиционных секторов, гражданским обществом, учеными и регулирующими органами, лейтмотивом которого являются предложения о введении нового вида прав – права пользователя на разумные выводы, ограничения вывода информации с онлайн-ресурсов и минимизации рисков ее использования.

В заключение следует отметить, что онлайн-платформы в корне меняют традиционные экономические механизмы и, соответственно, отношения между клиентами, поставщиками рекламы, персоналом и работодателями, что требует переформулирования ценностных принципов, таких как суверенитет в принятии решений человеком и справедливость посредничества в контексте нового цифрового общества. ■

#### СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Паркер Д., Алстин М.В., Чаудари С. (2016). Революция платформ: как платформенные рынки трансформируют экономику и как заставить их работать на вас. – М., 2021.
2. Google/Fitbit will monetise health data and harm consumers // <https://euagenda.eu/upload/publications/policyinsight107.pdf>.
3. Датафикация и границы здоровья // [https://www.adalovelaceinstitute.org/wp-content/uploads/2020/10/The\\_data\\_will\\_see\\_you\\_now\\_Ada\\_Lovelace\\_Inst\\_Oct\\_2020\\_Final-min.pdf](https://www.adalovelaceinstitute.org/wp-content/uploads/2020/10/The_data_will_see_you_now_Ada_Lovelace_Inst_Oct_2020_Final-min.pdf).
4. Зубофф Ш. Эпоха надзорного капитализма: борьба за будущее человечества на новых рубежах. – М., 2022.
5. Ланье Д. Десять аргументов удалить все свои аккаунты в социальных сетях. – М., 2019.
6. Укрощение технологических гигантов // [https://www.article19.org/wp-content/uploads/2022/04/Taming-big-tech\\_RUS-v1.pdf](https://www.article19.org/wp-content/uploads/2022/04/Taming-big-tech_RUS-v1.pdf).
7. Типология темных паттернов: как сайты социальных сетей препятствуют отключению учетных записей пользователей // [Dark-Pattern-Typology-How-Dosocial-Networking-Sites-Deter-Disabling-of-User-Accounts.pdf](https://www.researchgate.net/publication/358111111-Dark-Pattern-Typology-How-Dosocial-Networking-Sites-Deter-Disabling-of-User-Accounts) (researchgate.net).
8. Crémer J., de Montjoye Y.A., Schweitzer H. Competition policy for the digital era (Report for the European Commission // <https://ec.europa.eu/competition/publications/reports/kd0419345enn.pdf>).
9. The Stigler report. Committee for the study of digital Platforms, market structure and antitrust subcommittee, Stigler Center for the Study of the Economy and the State // <https://www.publicknowledge.org/wp-content/uploads/2019/09/Stigler-Committee-on-Digital-Platforms-Final-report.pdf>.
10. Саяпин С.П. О защите персональных данных потребителей товаров и услуг на цифровых платформах в США // <https://research-journal.org/archive/3-141-2024-march/10.23670/IRJ.2024.141.74>.
11. Регулирование цифровых экосистем и платформ // [https://files.data-economy.ru/Docs/Otchet\\_4\\_v12.pdf](https://files.data-economy.ru/Docs/Otchet_4_v12.pdf).

Ирина АТРОШКО