

- Jameson, F. (1991) *Postmodernism, or the Cultural Logic of Late Capitalism*. Durham, Duke University Press. 460 p.
- Kirby, A. (2009) *Digimodernism. How Technologies Dismantle the Postmodern and Reconfigure Our Culture*. New York, London, Continuum. 288 p.
- Mandel, E. (1972) *Der Spätkapitalismus*. Berlin, Suhrkamp Verlag. 542 s. (In German).
- Mandel, E. (1975) *Late Capitalism*. London, New Left Books. 609 p.
- Moraru, Ch. (2010) *Cosmodernism: American Narrative, Late Globalization, and the New Cultural Imaginary*. Ann Arbor, University of Michigan Press. 440 p.
- Moraru, Ch. (2015) *Reading for the Planet. Toward a Geomethodology*. Ann Arbor : University of Michigan Press. 256 p.
- Mueller, J. (2014) Did History End? Assessing the Fukuyama Thesis. *Political Science Quarterly*, vol. 129, no. 1, pp. 35–54. DOI: 10.1002/polq.12147
- Parfitt, T. (2002) *The End of Development? Modernity, Post-Modernity and Development*. London, Pluto Press. 192 p.
- Supplanting the Postmodern. An Anthology of Writings on the Arts and Culture of the Early 21st Century* (2015) / ed. by D. Rudrum, and N. Stavris. New York, London, New Delhi, Sydney, Bloomsbury Academic. 400 p.
- Samuels, R. (2010) *New Media, Cultural Studies and Critical Theory after Postmodernism. Automodernity from Zizek to Laclau*. New York, Palgrave Macmillan. 267 p.
- Zoeller, G. (1988) Habermas on Modernity and Postmodernism. *The Iowa Review*, vol. 18, no. 3, pp. 151–156.

Submission date: 25.12.2021.

Афанасов Николай Борисович — младший научный сотрудник сектора социальной философии Института философии РАН. Адрес: 109240, Россия, г. Москва, ул. Гончарная, д. 12, стр. 1. Тел.: +7 (495) 697 98 94. Эл. адрес: n.afanasov@gmail.com

Afanasov Nikolay Borisovich, Junior Researcher, Sector of Social Philosophy, Institute of Philosophy, Russian Academy of Sciences. Postal address: 12, Bldg. 1, Goncharnaya St., Moscow, Russian Federation, 109240. Tel.: +7 (495) 697 98 94. E-mail: n.afanasov@gmail.com

DOI: 10.17805/zpu.2022.1.7

Капитализм платформ, эксплуатация и неравенство

Часть I

Г. Ю. КАНАРШ

ИНСТИТУТ ФИЛОСОФИИ РАН

В статье рассмотрены ключевые социально-этические проблемы, связанные с развитием цифровой экономики, а точнее, такого ее сегмента, как деятельность интернет-платформ. Первая часть статьи посвящена анализу проблемы больших данных, монополизма и формирования неравенства в связи с новой формой капитализма — надзорным капитализмом. Проблема больших данных заключается в том, что компании, используя данные пользователей как свой основной ресурс, процветают; в то же время, как показы-

вают многие авторы, платформенный бизнес сам по себе приводит к разрушению многих сфер экономики, что больно бьет по позициям среднего класса (наряду с автоматизацией). Кроме того, данные по своему происхождению являются коллективным продуктом, тогда как компании фактически приватизируют их. Поэтому задача заключается в том, чтобы каким-то образом регулировать взаимодействие платформ и общества в этом вопросе. Что касается монополизма, то это проблема более широкая для (прежде всего) американской экономики. Монополизация же, связанная с интернет-платформами, в значительной степени продиктована самой природой этого вида бизнеса (сетевые эффекты). Однако монополизация приводит к множеству негативных эффектов, в частности, вызывая очень большое социальное неравенство. В статье рассматриваются негативные экономические и политические эффекты монополизма новых интернет-компаний. Делается вывод о том, что необходимо изменить общую парадигму деятельности компаний в современной экономике — перейти от рентоориентированного поведения к производительному. Необходимо также изменить отношение новых компаний с государством, которое должно рассматриваться как важнейший источник множества общественных благ. Рассматривается формирование нового типа неравенства и поправки демократических норм в связи с формированием надзорного капитализма.

Ключевые слова: капитализм платформ; цифровая экономика; эксплуатация; неравенство; большие данные; монополия; надзорный капитализм

ВВЕДЕНИЕ

Цифровая экономика сегодня — это не только роботы, алгоритмы, искусственный интеллект и машинное обучение, это прежде всего *высокотехнологичные компании*, которые опираются на развитую информационную инфраструктуру (сеть Интернет) и активно используют разработки в области информационных технологий и искусственного интеллекта. Как отмечает в своей известной книге «Капитализм платформ» британский исследователь Ник Срничек, цифровой капитализм и его особая ипостась — капитализм платформ особенно важны сегодня по трем причинам: во-первых, потому что цифровая экономика является наиболее динамичным сектором экономики в развитых и многих развивающихся странах (особенно в Китае); во-вторых, потому что данный тип экономики носит системный характер, так как цифровизацией оказываются затронуты также большинство традиционных отраслей (в том числе промышленность); и, в-третьих, значимость цифровой экономики определяется тем, что она легитимирует капитализм в целом, представляя себя как оплот экономического, научно-технического и социального прогресса (Срничек, 2019: 10–11).

В то же время, как можно видеть, деятельность новых интернет-компаний ведет к появлению целого ряда проблем, в том числе социально-этического характера. Это и проблема владения большими данными, и проблема монополий, проблемы цифрового надзора, владения цифровой собственностью, формирование гиг-экономики, а также эксплуатация труда и природных ресурсов стран третьего мира. В данной статье мы последовательно рассмотрим эти проблемы и их значимость для развития экономики и общества, а также предлагаемые решения. В первой части статьи нас будет интересовать проблема приватизации больших данных, проблема монополизации и вызываемые ею эффекты, а также антидемократический характер надзорного капитализма.

БОЛЬШИЕ ДАННЫЕ И НЕРАВЕНСТВО

В своей книге Срничек достаточно подробно рассматривает историю становления цифровой экономики и обнаруживает ее истоки в 1990-х гг., когда в Амери-

ке происходил так называемый бум доткомов (высокотехнологичных интернет-компаний). Эти компании привлекали значительное финансирование (включая венчурное финансирование и феноменальный рост котировок акций на фондовых рынках), хотя, впрочем, они рассчитывали скорее на первоначальный захват рыночных позиций и отложенное получение прибылей. Именно тогда, в 1990-е гг., несмотря на достаточно скорое падение бума (после азиатского финансового кризиса 1998 г.), была заложена основная инфраструктура цифровой экономики. Позже интерес и данному типу компаний возродился уже после кризиса 2008 г., когда в результате скопления огромного количества наличности в экономике (благодаря мягкой кредитно-денежной политике и другим факторам) владельцы капиталов сочли достаточно выгодным для себя вложения в эти новые корпорации и виды бизнеса.

Еще один важный фактор формирования данного типа экономики, на который указывает Срничек, — образование в развитых странах большого количества «избыточной» рабочей силы (после падения социалистической системы), ситуация с которой усугубилась опять-таки после кризиса 2008 г. (рост неформальной занятости и фриланса). Эта избыточная рабочая сила, наряду с наличием огромного количества свободного капитала, также стала одной из основ формирования новой экономики.

Итак, что же все-таки является наиболее характерной чертой экономики нового типа? Срничек достаточно подробно анализирует и сравнивает особенности двух сравнительно недавних типов экономик — традиционной фордистской (массовое производство большей части XX в.) и постфордистской («бережливое производство» 1980-х гг.), отмечая, что несмотря на все различия, они имели главное общее — товарное производство. Что же такое присутствует в новейшей цифровой, или платформенной, экономике? Исследователь очень четко отвечает на этот вопрос: «Ключевую идею данной главы (название главы совпадает с названием книги — «Капитализм платформ». — Г. К.) я бы сформулировал так: развитый капитализм XXI столетия постепенно выстроился вокруг задачи извлечения и использования особого типа сырья — данных» (там же: 37). Этой задаче отвечает и новый тип капиталистического предприятия — платформы, которые определяются как «...цифровые инфраструктуры, которые позволяют двум и более группам взаимодействовать» (там же: 41). Причем платформы могут объединять самые различные группы акторов: владельцев платформ, рекламодателей, производителей, поставщиков, покупателей, разработчиков приложений и т. д.

Кроме этой важнейшей характеристики, в книге названы еще три, определяющие специфику новых капиталистических фирм. К ним относятся: 1) способность платформ производить сетевые эффекты, привлекая к себе все больше пользователей и тем самым разрастаясь до огромных размеров; 2) использование механизма перекрестного субсидирования для привлечения пользователей (когда что-то подается бесплатно, в расчете на то, что другое принесет прибыль); 3) проведение платформами определенной политики, создание ими правил взаимодействия на них, которые сами нередко являются продуктивными (например, создают возможность создания приложений, как в Facebook или App Store).

Таким образом, *данные* — это *новый ключевой ресурс современной высокотехнологичной экономики*, а капиталистические платформы есть лишь средство извлечения данных.

Срничек выделяет пять основных типов капиталистических платформ: 1) рекламные; 2) облачные; 3) промышленные; 4) продуктовые; 5) бережливые. Каждая из этих типов платформ действует в каком-то своем сегменте, занимаясь предоставлением услуг, а главное — извлечением данных посредством этого. Извлекаемые данные нужны для продажи их рекламодателям (рекламные платформы), усовершенствования продуктов и услуг, определения предпочтений пользователей, а также в немалой степени — для получения важных преимуществ в конкурентной борьбе (например, для промышленных платформ или бережливых платформ). Срничек, подводя итог своему рассмотрению различных типов платформ, пишет: «...данные можно использовать по-разному, чтобы заставить их приносить прибыль. Для корпораций Google и Facebook данные — это прежде всего ресурс, который можно использовать как наживку для привлечения рекламодателей и всех прочих интересующихся. Для Rolls Royce и Uber данные — главное оружие в арсенале конкурентной борьбы: они позволяют компаниям совершенствовать свои продукты и услуги, контролировать работников, оптимизировать производственные алгоритмы и тем самым наращивать свое конкурентное преимущество. Аналогично платформы типа AWS и Predix заточены на возведение базовой инфраструктуры (и владение ею), необходимой для сбора, анализа и обработки данных, которые другие компании смогут использовать, и за использование своих услуг взимают ренту. В каждом случае ключевым элементом бизнес-модели является сбор огромных массивов данных, а платформа обеспечивает для этого идеальный экстрактивный аппарат» (там же: 80–81; курсив мой. — Г. К.).

В связи с этим надо отметить также и тот момент, что задача сбора все большего и большего количества данных решается платформами через радикальное расширение своей деятельности (например, активные вложения ведущих фирм в создание и развитие интернета вещей), а также через значительные вложения в развитие искусственного интеллекта (что необходимо для все более совершенной обработки данных).

Что во всем этом важно и интересно для нас? Срничек рассуждает о платформенной экономике, как кажется, предельно объективно, стараясь не давать этических оценок происходящему. Для него это просто новый виток капиталистической динамики, новая мутация капитализма, которую он стремится понять и адекватно описать (в том числе для того, чтобы понять, что затем делать со всем этим). Впрочем, он предсказывает и грядущие трансформации в мире платформенного бизнеса, прогнозируя, в частности, все большую конвергенцию платформ и их возможное последующее замыкание на самих себе (и соответствующую фрагментацию Интернета). Поэтому Срничек предлагает в качестве альтернативы возможное создание *общественных платформ* — «таких, которые принадлежат “простым” людям и контролируются ими», а также — в более радикальном варианте — *посткапиталистических платформ* с более широкими социальными, экономическими и политическими функциями (там же: 113).

И все-таки мы хотели бы обратить внимание на другое. Это рассматриваемая сегодня некоторыми авторами (в том числе весьма авторитетными) проблема владения данными. Ясно, что платформы изначально нацелены на сбор огромного количества больших данных (это, как говорит Срничек, входит в ДНК платформенного бизнеса) для их последующей обработки и валоризации. Однако насколько такое присвоение данных капиталистическими фирмами соответствует справедли-

вости и даже экономической целесообразности? Как считают некоторые авторы, не соответствует ни тому, ни другому. Так, например, Джарон Ланье, известный «техногик» Кремниевой долины, в своих книгах прямо говорит о том, что эксплуатация данных платформами (он называет их «серверами-сиренами») ведет к чрезмерному возрастанию неравенства, поскольку обогащаются в результате этого только капиталисты — владельцы платформ (Ланье, 2020). Это тем более так, потому что нынешняя ситуация на рынке труда в развитых странах (особенно в США) характеризуется «вымыванием» большого количества рабочих мест для среднего класса. И дело здесь не только в автоматизации и технологическом замещении (хотя, конечно, на это прежде всего обращают внимание), но и в немалой степени есть результат экономической деятельности платформ.

Американские исследователи Эндрю Макафи и Эрик Бриньолфсон в своей книге «Машина, платформа, толпа. Наше цифровое будущее» отмечают, что такой успех платформ связан прежде всего с их чрезвычайно высокой конкурентоспособностью, обусловленной *особыми свойствами цифровых товаров*, которые распространяют платформы: бесплатностью, совершенством и мгновенностью. «Бесплатность, совершенство и мгновенность образуют мощную комбинацию, более ценную, чем каждое из свойств по отдельности. С ней крайне трудно конкурировать» (Макафи, Бриньолфсон, 2019: 123). Не случайно поэтому платформы, которые используют также сетевые эффекты для привлечения пользователей, за очень короткий срок *существенно потеснили традиционные компании капиталистической экономики* в самых различных сферах: в рекламе, печатной продукции, звукозаписывающей индустрии, фотоиндустрии и др. Во всех этих сферах, как показывают, в частности, Макафи и Бриньолфсон, платформенный бизнес произвел настоящую революцию (по сравнению даже с ситуацией середины 1990-х гг.) (см. также: Паркер, Альстин ван, Чаудари, 2017), сделав товары и услуги гораздо более удобными и дешевыми для пользователей, одновременно нанеся сокрушительный удар по традиционным компаниям и отраслям. Что означает, в свою очередь, также *удар по традиционному среднему классу западных стран*, чьи представители как раз были в огромном числе заняты в этих отраслях (самый характерный пример — звукозаписывающая индустрия, создание и распространение ее продукции на рынке).

Макафи и Бриньолфсон пишут: «За последние двадцать лет интернет и связанные с ним технологии разрушили самые разнообразные отрасли, от розничной торговли до журналистики и фотографии. Доходы компаний старого типа падают, по мере того как потребители получают невиданные ранее возможности, а новые участники рынка процветают» (Макафи, Бриньолфсон, 2019: 132). Данная ситуация тем более представляет собой проблему, что *количество рабочих мест, которые предоставляют новые цифровые компании, крайне невелико в соотношении с тем количеством, которые предоставляли компании традиционного типа*: так, в компании WhatsApp на момент ее приобретения Facebook в 2014 г. работало всего 70 сотрудников, при том что компания имела 600 млн пользователей и многомиллиардную капитализацию (Facebook приобрела компанию за 22 млрд долл.). Таким образом, ясно, что деятельность платформенных компаний на капиталистическом рынке представляет собой *угрозу не менее реальную для среднего класса*, чем угроза автоматизации, пример которой чаще всего приводят (см., напр.: Коллинз, 2015; Сасскинд, 2021).

В то же время, как поясняет Ланье, модель работы сегодняшних платформ (или серверов-сирен) — это не что иное, как копирование работы более ранних капиталистических фирм — прежде всего компании Walmart, добившейся в свое время огромного успеха на рынке ритейла в США. Преимущество этой компании заключалось в том, что она, во-первых, активно применяла новейшие компьютерные технологии для организации доставки, распределения и учета товаров; во-вторых, использовала выгодные отношения с поставщиками. В результате Walmart могла позволить себе значительно снизить цены на розничные товары, чем радовала потребителей, однако мелкие фирмы — поставщики продукции в США были вынуждены продавать свой товар по заниженным ценам, что подрывало их экономическую деятельность. Поэтому, как справедливо пишет Ланье, «все серверы-сирены отправляют послания с двойным смыслом, как это делали два первых сервера, принадлежавших Walmart. С одной стороны: “Хорошие новости! Вас ждут приятные сюрпризы! Информационные системы сделали мир эффективнее для Вас”. С другой стороны, чуть позже: “Оказывается, ваши потребности и ожидания не являются максимально эффективными с авторитетной точки зрения нашего сервера. Так что мы перекроим мир таким образом, чтобы в долгосрочной перспективе у вас стало меньше возможностей”» (Ланье, 2020: 108).

В то же время Ланье, не будучи левым теоретиком (как Н. Срничек), не предлагает организовывать общественные или посткапиталистические платформы, которые бы действовали не в интересах капиталистов, а в общественных (и государственных) интересах. Он предлагает *реорганизовать радикальным образом отношения пользователей и платформ*: чтобы за каждый (даже минимальный) вклад в развитие Интернета (который потом может использоваться платформами в виде больших данных) каждый такой человек получал микроплатеж (или наноплатеж), который будет являться адекватной стоимостью его вклада в обогащение платформы. Таким образом, через систему подобных микроплатежей, как полагает Ланье, удастся не только смягчить трудности нынешней экономики (падение доходов среднего класса), но и в значительной мере создать условия для *формирования нового крепкого среднего класса информационной эпохи*, который, подобно среднему классу фордистской эры, сможет активно приобретать товары и услуги и тем самым способствовать развитию экономики. Без создания такого нового среднего класса, считает Ланье, нынешняя высокотехнологичная экономика обречена.

Такое видение может показаться утопичным, однако как бы ни относиться к конкретным предлагаемым механизмам перераспределения доходов в капиталистической экономике в результате эксплуатации больших данных, многие авторитетные экономисты согласны сегодня с тем, что в современной информационной экономике присутствует серьезная социальная и этическая проблема, связанная прежде всего с тем, что происхождение данных, а также базовая инфраструктура, позволяющая извлекать их, носят *коллективный* (общественный и государственный) характер, тогда как использование данных и получение доходов от них являются сугубо *частным* делом крупных корпораций и их владельцев.

Так, известный американский экономист Мариана Маццукато пишет: «...ключевая проблема состоит в том, какие отношения складываются между интернет-монополиями и падающими доходами. Приватизация данных, поставленная на службу прибылям корпораций, а не общему благу, порождает новую форму неравенства — асимметричный доступ к доходам, порождаемым большими данными.

Простое снижение цены, которую монополисты взимают за доступ к данным, не является решением проблемы. Инфраструктура, на которую опираются компании наподобие Amazon, не только финансируется государством (как отмечалось выше, Интернет создавался на деньги налогоплательщиков), но и использует в собственных корыстных целях коллективно порождаемые сетевые эффекты. Хотя это, несомненно, позволяет компаниям создавать сервисы, связанные с новыми формами данных, *принципиальная проблема заключается в том, каким образом обеспечить, чтобы владение и управление данными оставалось таким же коллективным, как и их источник — само общество*» (Маццукато, 2021: 316; курсив мой. — Г. К.). Далее Маццукато цитирует исследователя Евгения Морозова, который, подобно Джарону Ланье, утверждает, что «вместо того чтобы платить Amazon за использование его возможностей искусственного интеллекта (напомним, что Amazon в классификации Срничека является облачной платформой, которая за плату предоставляет возможность пользования облачными серверами другим компаниям. — Г. К.), построенного на наших данных, нужно требовать от Amazon, чтобы он платил нам» (там же: 316).

Таким образом, целый ряд экономистов и социальных теоретиков сегодня признают наличие достаточно серьезной проблемы социально-этического характера, порождаемой платформенной экономикой, утверждая, что получаемые компаниями-монополистами доходы должны перераспределяться более равно (через систему микроплатежей или каким-то иным способом). Это необходимо прежде всего не только в целях достижения справедливости, но и ради укрепления самой экономики, которая в противном случае неизбежно впадет в состояние стагнации (вследствие отсутствия платежеспособного спроса). Иными словами, речь идет о необходимости более тщательного *государственного регулирования* деятельности платформ, разработке соответствующего законодательства. Только в этом случае экономика может стать более гуманной, а средний класс более устойчивым и богатым.

МОНОПОЛИИ И НЕРАВЕНСТВО

В то же время очевидно, что проблема вовсе не сводится только к перераспределению доходов, получаемых от использования данных, — гораздо более существенной является проблема устройства самой рыночной экономики (ее господствующей модели), которая позволяет (или, напротив, не позволяет) компаниям вести себя тем или иным образом. На сегодняшний момент политико-экономическое устройство, существующее в США (Европа — другой вопрос) создает *крайне благоприятные условия* для масштабного извлечения ценности компаниями-платформами (а также множеством неплатформенных компаний), что проявляется прежде всего в тенденциях к монополизации и порождаемых ею проблемах. В целом, предваряя наше дальнейшее рассмотрение, можно сказать, что экономика США сегодня (в отличие от демократической системы первых послевоенных десятилетий) — это *типично экстрактивная (олигархическая) экономика*, в отличие от гораздо более инклюзивных экономических моделей Европы, а в особенности Скандинавии (а также в немалой степени и сегодняшнего Китая) (см. подробно об экстрактивной и инклюзивной моделях: Аджемоглу, Робинсон, 2015).

Справедливости ради надо сказать, что тенденция к монополизации во многом есть «естественное свойство» интернет-компаний, — черта, которую отмечает

в своей книге Н. Срничек; на эту же особенность, но уже в связи с эффектами, порожаемыми нематериальным капиталом (например, бренды или дизайн, а также организационные структуры, которые легко копируются и распространяются на рынках), указывают британские авторы Джонатан Хаскел и Стиан Вестлейк (Haskel, Westlake, 2018). В самом общем смысле тенденция к монополизации платформ, их превращение в доминирующие на своих рынках корпорации связана с *сетевыми эффектами*, которые заключаются в том, что платформа становится тем более ценной для пользователей, чем больше пользователей она привлечет в свою экосистему. Именно для этого, как отмечалось ранее, платформы используют механизм перекрестного субсидирования — когда одна часть услуг представляется пользователям бесплатно, а другая — за определенную (и, возможно, весьма высокую) цену.

Однако надо сказать, что тенденция к монополизации является гораздо более общей проблемой для западной (и прежде всего американской) экономики. Как показывает целый ряд исследований последних лет, экономика США давно потеряла свой конкурентный характер, превратившись в систему, в которой властвуют крупные корпорации-монополисты. И данная тенденция характерна не только для высокотехнологического сектора (хотя в нем она проявляется наиболее явно). Так, компании-монополисты существуют практически во всех сферах американской экономики — от сельского хозяйства (фирмы, производящие генно-модифицированные семена и продающие их ежегодно фермерам по патентной системе), до интернет-провайдеров (цены на интернет-услуги в США самые высокие в мире), фармацевтических компаний, банков, производителей питания для домашних животных и даже изготовителей гробов (Стиглиц, 2020: 89; Reich, 2015).

В своей книге, посвященной кризису американского общества и экономики, известный экономист, лауреат Нобелевской премии Джозеф Стиглиц обращает внимание на два способа создания богатства (или ценности), противопоставляя один другому, как хороший плохому. Первый (хороший) способ — производительный, который господствовал в западной экономике ранее (прежде всего в первые послевоенные десятилетия). Он заключается в том, что богатство производится фирмами в результате честной конкуренции с опорой на достижения научно-технического прогресса (которые сами — результат фундаментальных исследований, поддерживаемых государством). Кроме того, для продуктивной деятельности фирм важны и другие составляющие — это прежде всего работающие институты «хорошего общества» (рыночная экономика и демократия), а также институты, «производящие истину» (прежде всего университеты, а также свободные СМИ). Повторим, что именно такая экономика существовала в США, по мнению Стиглица, до 1980-х гг. В последние же четыре десятилетия, благодаря во многом идеологическим трансформациям (господство неолиберализма), доминирующим стал другой путь — непроизводительный, направленный не на создание общественного богатства, а нацеленный исключительно на извлечение ренты. Именно такое, рентоориентированное, поведение характерно сегодня для абсолютного большинства компаний-монополистов.

Чем это плохо? Во-первых, это создает огромное неравенство. Стиглиц фактически начинает свою книгу с того, что описывает гигантские размеры общественного неравенства, которые существуют сегодня в США (см. также: Стиглиц, 2015). Так, известным фактом является то, что в последние десятилетия за счет экономи-

ческого роста (весьма и весьма умеренного в последние два десятилетия) обогатились в первую очередь 10% американских граждан, а в еще большей степени — 1% и совсем невероятным образом — 0,1% населения. Таким образом, Стиглиц абсолютно прав, утверждая, что сегодня американская экономика работает в пользу не большинства, а в пользу весьма незначительной прослойки населения (Стиглиц, 2020: 31).

Во-вторых, монополизация оказывается разрушительной для экономики в целом, подрывая экономический рост. Компании-монополисты не терпят конкуренции, поэтому сегодняшняя экономика США — это экономика, в которой присутствует очень малое количество *новых* фирм.

Существует множество способов борьбы монополий за свои преимущества на рынке, которые известный предприниматель Уоррен Баффетт сравнил с возведением крепостных рвов, наполненных водой (впрочем, вкладывая сюда скорее позитивный смысл) (там же: 80). Характерным примером здесь являются действия компании Microsoft в 1990-е гг., когда она в процессе так называемой войны браузеров постепенно и очень эффективно вытеснила с этого рынка другую весьма перспективную компанию — Netscape, установив на свою операционную систему бесплатный браузер Internet Explorer, получивший широкое распространение как раз в результате сетевых эффектов. Но вытеснение конкурентов — не единственный способ; другими подобными способами являются, например, ограждения своих инноваций при помощи жесткой патентной системы; создание особых условий для пользователей некоторых услуг (например, держателей кредитных карт премиум-класса), а также практика слияний и поглощений, к которым прибегают многие интернет-гиганты в своем стремлении оградить себя от конкуренции со стороны новых перспективных компаний (известный пример — покупка компанией Facebook приложений WhatsApp и Instagram).

Что же в результате? Как мы уже сказали, в итоге получается огромный рост неравенства, который отражается в двух объективных показателях — падении доли труда в национальном доходе и падении доли капитала, в то время как рост рентных доходов показывает тенденцию к увеличению. В свою очередь, это происходит за счет того, что компании-монополисты, используя рыночную власть, во-первых, получают возможность значительно увеличивать цены на товары и услуги (те же интернет-провайдеры, действующие в неконкурентной среде), а во-вторых, они пользуются также монопсонической властью — прежде всего властью в отношении нанимаемых работников. Не случайно те же крупные интернет-компании нередко вступают в сговор друг с другом для того, чтобы предотвратить перемазывание сотрудников одними компаниями у других. Поэтому, как отмечает например, экономист Зиа Куреши, даже высокооплачиваемые специалисты — сотрудники высокотехнологичных компаний — получают сегодня зарплату, которая значительно меньше той, которую они могли бы получать в условиях гигантских прибылей своих «хозяев» (Куреши, 2020: Электронный ресурс).

В чем же конкретно проявляется рыночная власть новых интернет-гигантов? Прежде всего надо сказать о том, что эта власть по своей силе значительно превосходит рыночную власть традиционных монополистов (например, тех компаний, которые «заправляли» бизнесом в США в начале XX в.). Как отмечает Стиглиц, «потенциальные последствия усиления рыночной власти новых технологических гигантов более масштабны и более разрушительны, чем все, что мы видели

в XX в.» (Стиглиц, 2020: 168). Тогда речь могла идти только о повышении цен. Сегодня же, используя огромные массивы собранных данных и разработки в области искусственного интеллекта, высокотехнологичные монополии способны влиять не только на ценообразование, но и самое главное — на *рыночные позиции той или иной компании* в цифровом пространстве. «Новый алгоритм может привести к быстрому падению популярности того или иного информационного агентства или создать, а потом ликвидировать новый способ доступа к широкой аудитории (например сервис прямых видеотрансляций Facebook Live)» (там же: 168–169).

Фактически, можно сказать, что новые цифровые монополисты сегодня используют как традиционные, так и «суперсовременные», высокотехнологичные формы осуществления своей рыночной власти.

Так, в литературе нередко приводится пример компании Amazon — крупнейшего ритейлера на современном рынке товаров США, которая нередко действует так, что пытается навязать свои условия производителям продукции (например, издательствам, выпускающим книги, в отношении процента прибыли, которую должен получить интернет-магазин от продаж). Кроме того, Amazon может напрямую навязывать свои условия авторам произведений, которые, с одной стороны, имеют как будто бы очень хорошую возможность публиковать свои книги напрямую, а с другой — практически не имеют выбора в условиях однозначного доминирования интернет-компании на рынке продаж. То же касается рекламодателей, размещающих свою рекламу на сайтах Google или Facebook, — нередко они попадают в ловушку, суть которой в том, что если они покинут данную рекламную нишу (например, в результате повышения стоимости рекламы), то данное рекламное пространство будет занято следующими за ними фирмами — прямыми конкурентами (одна из так называемых практик наказания клиентов) (см.: Ланье, 2020: 251–252). То же самое можно сказать и в отношении становящихся все более удобными экосистем пользователей, которые, как считают некоторые авторы, стали новым крепостным правом цифровой эпохи (Коткин, 2020: Электронный ресурс). Разработчики приложений для мобильных телефонов и социальных сетей также на первый взгляд имеют хорошие шансы заработать на своей деятельности, однако их заработок фактически оказывается в полной зависимости от фирмы-монополиста, на которую они работают (сегодня это прежде всего Apple и Facebook). Также можно говорить о полной зависимости новейших медийных (новостных) фирм от инфраструктуры Google и Facebook, которые практически полностью вытеснили из этой рыночной ниши традиционных поставщиков новостей — телевидение, радио и газеты (см., напр.: Reich, 2015: 50–51). В отношении позиций последних во многом справедлив пример использования новейших технологий осуществления рыночной власти, приводимый Стиглицем.

В целом все эти последствия монополизации на различных рынках ведут, помимо усиления неравенства, к крайне негативным последствиям для экономики, ее динамичного развития. Как пишет американский экономист Роберт Райх: «Amazon в конечном счете, возможно, ограничивает рынок идей, совсем как Google и Facebook удушающе действуют на новости — аналогично тому способу, каким семена, распространяемые компанией Monsanto (крупнейший монополист в сфере биотехнологий. — Г. К.), снижают биоразнообразие и наши запасы продовольствия» (там же: 51).

При этом надо отметить, что в той же мере, в какой новые компании-монополисты эксплуатируют своих клиентов (например, социальные сети — поставщиков медийного контента), они также могут эксплуатировать с высокой долей эффективности и потребителей своей продукции. На это направлена в первую очередь так называемая практика *дифференцированного ценообразования*, широко распространенная сегодня в США, которая используется уже не в отношении производителей товаров и услуг, а в отношении непосредственно потребителей. Заключается она, как известно, в том, что компания-продавец (тот же Amazon) или, например, страховая компания может предлагать свой товар или услугу покупателям по различным ценам, дифференцируя их в зависимости от того, кто из них более платежеспособен или у кого меньше возможностей приобрести товар в другом месте (например, в пригороде или определенных районах). Таким образом, посредством данной практики ликвидируется потребительский излишек, что делает ее в целом невыгодной для потребителя (см., напр.: Перзановски, Шульц, 2019: 142–150). Дифференцированное ценообразование, нередко направленное на эксплуатацию населения бедных районов, может также становиться мощным инструментом расовой дискриминации (поскольку в этих районах проживают в основном представители этнических меньшинств).

Но, пожалуй, наиболее опасным способом эксплуатации потребителей становится извлечение прибыли посредством отслеживания (при помощи алгоритмов) и затем использование данных о поведении потребителей. Компании могут достаточно легко вычислять слабости и желания (нередко иррациональные) людей, для того чтобы направить их в том или ином направлении, сулящем получение выгоды. Эта ситуация объясняется следующим образом: «Исследование, выполненное лауреатом Нобелевской премии Ричардом Талером, описывает то, что можно назвать войной разных “я”, которая происходит в головах многих людей. Новые технологии вмешиваются в эту войну и поддерживают наше второстепенное “я”. Опасность заключается в том, что большие данные и искусственный интеллект позволяют фирмам получать почти идеальное представление о нашей внутренней динамике и подстраивать к ней свою практику с целью максимизации прибыли» (Стиглиц, 2020: 170–171). Фактически это то, что получило сегодня в литературе название «надзорного капитализма» и было подробно описано в шумевшей книге американского социального психолога Шошаны Зубофф (Зубофф, 2022).

Этот последний аспект рыночной власти компаний затрагивает уже другую сторону проблемы — не экономическую, а политическую. Как отмечает британский исследователь Дэниел Сасскинд, если угроза традиционных монополистов (например, в американской экономике начала XX в.) носила прежде всего экономический характер, то угроза со стороны нынешних высокотехнологичных монополий заключается не только (и даже не столько) в их рыночной власти (с этим более или менее правительства научились справляться), сколько в их растущей *политической власти*: «В XX веке больше всего опасений вызывала экономическая мощь крупных компаний. Но в XXI веке нам придется беспокоиться и об их политической власти. <...> Короче говоря, угроза заключается в приватизации нашей политической жизни» (Сасскинд, 2021: 287). Сасскинд приводит множество примеров того, как компании американской пятерки (Google, Apple, Facebook, Amazon, Microsoft) нарушали те или иные правила жизни сообщества (например,

по запросу на афроамериканское имя поисковик Google обнаруживал изображения или фотографии гориллы; чат-бот, созданный Microsoft, воспроизводил расистские высказывания; алгоритмы Facebook осуществляли таргетированную рекламу, ориентируясь на половую принадлежность пользователей; Amazon удалял приобретенные электронные книги с планшетов пользователей; Apple отказывался разблокировать смартфон террориста, которого преследовало государство, и т. д. и т. п.), и выход из этого положения видит не в национализации компаний (как некоторые левые авторы), а в создании специального ведомства, наподобие антимонопольных органов, в котором заседали бы не экономисты и бюрократы, а политические мыслители и философы, занимающиеся проблемами морали (там же: 292).

Таким образом, практики воздействия монополистов на различные группы населения (пользователей, потребителей, рекламодателей, производителей, авторов, разработчиков и т. д.) весьма многочисленны, и все они в конечном счете могут быть описаны в терминах рентоориентированного поведения, приносящего огромные и непроизводительные прибыли.

Выход из этого положения, по мнению многих авторов, — в разработке нового антимонопольного законодательства. Сегодня антимонопольные законы работают крайне плохо (в США, но не в Европе), особенно в отношении интернет-компаний. Как считает Стиглиц, было бы важным с этой точки зрения разделить Facebook, WhatsApp и Instagram, а также исключить возможность конфликта интересов (когда, например, компания Google приобретает другую компанию, работающую в сфере развлечений, чем наносит ущерб другим компаниям этой отрасли, размещающим свою рекламу на сайтах поисковика). Что касается слияний и поглощений, то они, по мнению экономиста, возможны только в том случае, если компания докажет, что приносит тем самым пользу экономике и другие (более конкурентные) варианты являются менее эффективными. Есть и достаточно радикальные предложения, например превращения того же Facebook (фактически это естественная монополия, из-за сетевых эффектов) в общественную платформу (что сродни идее посткапиталистических платформ Н. Срничека).

В целом, исходя из этой логики, США — родине главных высокотехнологичных компаний современности — необходимо вернуться к модели экономики, которая *способствует росту богатства всего общества*, а не только узкого круга экономической и политической элиты. Если иметь в виду цифровую экономику, задача-максимум заключается в *преодолении сложившегося антагонизма между крупнейшими корпорациями-монополистами и остальным обществом*, которое сегодня активно эксплуатируется платформами (люди, пользователи как товар). Возвращение к прежней модели свободного Интернета 1990-х гг. вряд ли возможно, однако возможно и необходимо восстановление *относительного паритета* между теми, кто пользуется услугами платформ, и самими этими платформами, что недостижимо без ограничения их рыночной власти при помощи государства.

В более широком, социально-философском, плане это означает необходимость *кардинального пересмотра взаимоотношений между крупным корпоративным бизнесом и государством*: признание важности последнего как в деле ограничения монопольной власти корпораций, так и в плане усиления вложений в науку и образование, которые, как справедливо отмечает один из российских авторов, еще

в позднюю индустриальную эру стали подлинной основой развития цифровой экономики (Коткин, 2020: Электронный ресурс). Это предполагает также определенные *политические изменения*: восстановление политической силы среднего класса, которая была во многом утрачена в результате «революции богатых» конца 1970-х гг. (Reich, 2015; Hacker, Pierson, 2010).

ЦИФРОВОЙ НАДЗОР И НОВЫЕ ФОРМЫ НЕРАВЕНСТВА

Рассмотренные нами проблемы (большие данные и неравенство, монополизм и неравенство) являются важными, акцент на них делают многие авторитетные исследователи. Однако, возможно, еще более серьезной проблемой в сравнении с большими данными и монополизмом является *надзорный капитализм*, который, как показала Шошана Зубофф в своей книге «Эпоха надзорного капитализма. Битва за человеческое будущее на новых рубежах власти», представляет угрозу нашему демократическому будущему (Зубофф, 2022).

В своей внушительной по объему книге (русскоязычный перевод — 784 с.) Зубофф рисует весьма впечатляющую картину становления и развития надзорного капитализма от первоначального «демократического» «общественного договора» интернет-компаний с обществом до построения антидемократического проекта надзора. Основной фигурант ее книги — компания Google, которая прошла последовательно все эти стадии. Как показывает Зубофф, первоначальное намерение компании заключалось в том, чтобы продавать лицензии на свой поисковик сторонним компаниям, при этом «поведенческий излишек» (или, что то же самое, цифровые следы), которые оставляет каждый из нас, пользуясь поисковой системой, использовались *исключительно во благо самих пользователей* — для улучшения тех продуктов, которые предоставляет Google. Это и был первоначальный демократический договор между компанией и обществом. Однако, как показывает Зубофф, все изменилось в одночасье, и связано это было с известным крахом интернет-компаний в конце 1990-х гг. (сама Google, как известно, была основана в 1998 г.). Данная ситуация, характеризующаяся как «чрезвычайная», стала мощным стимулом для того, чтобы превратить Google любыми путями в компанию, приносящую прибыль (до этого прибыльность нового стартапа была весьма условным понятием). И выходом из положения стала *радикальная переориентация компании* — с осуществления блага пользователей на формирование проекта надзора — ради прибыли сторонних компаний, которые начали рекламировать через Google собственные товары. В результате компания стала работать исключительно в пользу своих клиентов, тогда как живые люди, пользователи, стали рассматриваться в качестве поставщиков «сырья», поведенческого излишка (ради таргетирования рекламы).

Казалось бы, здесь нет особой проблемы — и в самом деле, тот же Н. Срничек, как мы видели, спокойно описывает Google и Facebook как «рекламные платформы», даже предсказывая постепенный упадок этого вида бизнеса. Однако наше спокойное восприятие феномена «рекламных платформ», как полагает Зубофф, есть во многом результат нашего «душевного онемения», когда фактически осуществлялось привыкание к новому виду бизнеса и он уже не воспринимается нами как что-то угрожающее. Однако это совсем не так. По мнению Зубофф, надзорный капитализм, охотящийся за нашим поведенческим излишком в онлайн-сфере (даже тогда, когда мы просто набираем те или иные поисковые запросы в Интернете),

представляет собой серьезную угрозу нашему будущему, поскольку фактически этот проект попирает демократические нормы, укорененные в нашей культуре. Что имеет в виду Зубофф? Ее мысль довольно проста: такого рода бизнес, который используют новые интернет-компании, фактически отчуждает нас от нашего собственного поведения, эксплуатирует нашу человеческую природу.

«Надзорный капитализм сам претендует на это право принятия решений. Обычно возмущаются нарушением конфиденциальности, но проблема в другом. В более широком социальном контексте конфиденциальность не подрывается, а *перераспределяется*, так как право на принятие решений в отношении конфиденциальности передается надзорному капиталу. Теперь право решать, как и что они будут раскрывать, принадлежит не самим людям, а надзорному капитализму. Это необходимый элемент новой логики накопления обнаружил Google: он должен утвердить свое право на получение информации, от которой зависит его успех (там же: 121–122; курсив мой. — Г. К.). И далее: «Надзор — это путь к прибыли, который отодвигает в сторону “мы, народ”, забирая наши права на принятие решений без нашего разрешения и даже когда мы говорим “нет”. Открытие поведенческого излишка знаменует собой критический поворотный момент не только в биографии Google, но и в истории капитализма» (там же: 123).

Таким образом, ясно: надзорный проект осуществляет перераспределение огромных масштабов информации и власти в пользу надзорного капитала, фактически грабя нашу человеческую природу (эксплуатируя наше поведение). Как не раз подчеркивает в своей книге Зубофф, если традиционный капитализм эксплуатировал прежде всего природу, то новая форма капитализма, сформировавшаяся на рубеже XX–XXI вв., эксплуатирует саму человеческую природу. И в этой связи кажутся убедительными аргументы исследовательницы в отношении того, что проблема больших данных и неравенства, на которой делает акцент цитированный нами ранее Д. Ланье, — это вовсе не проблема, а предлагаемые (тем же Ланье) решения — это всего лишь уступка надзорному капитализму, готовность и далее следовать в его антидемократической логике.

«Индустриальный капитализм превратил в товар природное сырье, а надзорный капитализм, чтобы изобрести новый товар, распространил свои притязания на человеческую природу. Теперь уже человеческую природу выкабливают, рвут на части и прибирают к рукам в рамках рыночного проекта нового столетия. Думать, что вред сводится к тому очевидному факту, что пользователи не получают плату за предоставляемое ими сырье, просто неприлично. Подобная критика — недоразумение, которое позволяет использовать механизмы ценообразования для институционализации и, следовательно, узаконивания извлечения человеческого поведения для производства и продажи. Она игнорирует ключевой момент, состоящий в том, что суть эксплуатации здесь — представление наших жизней в виде поведенческих данных ради усовершенствования контроля над нами со стороны посторонних» (там же: 127).

В одной из глав своей книги Зубофф подробно описывает, каким именно образом перераспределяются информация и власть при надзорном капитализме, — она показывает, что это осуществляется, во-первых, за счет создания «двух текстов» в процессе реализации проекта надзора (текста явного, видимого пользователям, и текста теневого, видимого только надзорным капиталистам); во-вторых, за счет формирования особой касты «посвященных» — служителей надзорного

капитализма из числа высокообразованных представителей интеллектуального класса технических специалистов. Именно эти «посвященные» и контролируют теневой текст, формируемый в проекте надзора, но недоступный рядовым пользователям.

Отметим также, что сегодня надзорный капитализм, согласно Зубофф, уже даже не то, чем он был первоначально, когда осуществлял свою деятельность исключительно в сфере онлайн. С тех пор и сам Google, и другие надзорные компании прошли большой путь — путь по максимальному захвату территории, на которой мы проживаем свои жизни. Как показывает Зубофф, надзорному капитализму в целях повышения капитализации было просто необходимо продвигаться *вширь и вглубь*, именно поэтому он овладел сначала территорией нашей повседневной жизни (интернет вещей), а позже стал претендовать и на нашу внутреннюю жизнь (психологические профили пользователей Facebook и контроль за нашими эмоциями при помощи специальных приспособлений). В конечном счете надзорный капитализм формирует не только определенного типа экономику (экономику надзора), но и определенный тип общества — общества всеобщей предсказуемости, образец которого Зубофф возводит к бихевиористским экспериментам Б. Ф. Скиннера. В этом обществе люди уже не представляют собой автономных индивидов, как в классическом либеральном обществе, но лишь «организмы среди организмов», которыми можно управлять при помощи специальных поведенческих техник (в логике «стимул — реакция»). Такие эксперименты уже проводятся современными последователями Скиннера на Западе (например, по отношению к персоналу некоторых компаний), но наиболее вопиющий случай формирования такого общества надзора представляет собой современный Китай, с его получившей широкую известность системой социального рейтингования. Такое общество якобы ведет нас к общему благу, однако ценой этого является полная утрата человеческой автономии.

Хочется привести в этой связи высказывание философа Славоя Жижека в отношении сравнения проектов надзора на Западе и в Китае: как он пишет, «и, возможно, в этом и состоит различие между гражданами Китая и нами, свободными гражданами западных либеральных стран: китайские “крысы” хотя бы знают, что их контролируют, а мы, глупые “крысы”, ходим туда-сюда, не подозревая о том, как направляются наши движения» (Жижек, 2021: 91) (Жижек пишет о более глобальном проекте политического надзора, к которому, однако, оказались причастны высокотехнологичные компании).

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, новый высокотехнологичный капитализм порождает сегодня целый спектр проблем социально-этического характера, связанных с эксплуатацией и неравенством. Это, во-первых, проблема больших данных. Она заключается в том, что компании фактически приватизируют наши данные, которые имеют коллективную природу. Борьба с этим видится некоторым исследователям в том, чтобы обязать компании платить простым людям, чьи данные они эксплуатируют. Проблема усугубляется еще и тем, что новые компании оказывают разрушительное воздействие на многие сферы традиционной занятости среднего класса.

Вторая проблема — это проблема монополизации. Компании делают свой бизнес, не увеличивая коллективное благосостояние, а, напротив, извлекая ренту из

своего доминирующего положения (прежде всего за счет повышения цен). Решение этой проблемы видится в принятии необходимых антимонопольных мер, примеры которых дает нам весь XX в. Кроме того, новые компании представляют собой концентрацию не только экономической, но и политической власти, ограничение которой видится в форме создания специальных комитетов или комиссий, где заседали бы специалисты в области политической философии и философии морали.

Наконец, самая, пожалуй, главная проблема — это практики надзорного капитализма, который в погоне за поведенческим излишком идет в наступление на демократические идеалы равенства и автономии. Борьба с надзорным капитализмом также требует специальных мер на уровне государств (например, сегодняшнее законодательство стран ЕС о защите персональных данных), но и в меньшей степени — самоорганизации граждан в борьбе с этими практиками (подобно тому как люди самоорганизовывались для борьбы с пороками индустриального капитализма). Примером здесь может быть организованное противостояние людей по всему миру картографическому проекту Google. В любом случае, очевидно, что борьба за наши права во многом переместилась сегодня в область применения высоких технологий, что придает ей новые измерения, чреватые новыми вызовами и угрозами.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Аджемоглу, Д., Робинсон, Дж. А. (2015) Почему одни страны богатые, а другие бедные: происхождение власти, процветания и нищеты / пер. с англ. Д. Литвинова, П. Миронова, С. Сановича. М. : АСТ. 692 с.

Жижек, С. (2021) Неприятности в раю: От конца истории к концу капитализма / пер. с англ. М. Леоновича. Екатеринбург : Гонзо. 320 с.

Зубофф, Ш. (2022) Эпоха надзорного капитализма. Битва за человеческое будущее на новых рубежах власти / пер. с англ. А. Васильева ; под ред. Я. Охонько и А. Смирнова. М. : Изд-во Института Гайдара. 784 с.

Коллинз, Р. (2015) Средний класс без работы: выходы закрываются // Есть ли будущее у капитализма? / пер. с англ. под ред. Г. Дерлугьяна. М. : Издательство Института Гайдара. 316 с. С. 61–112.

Коткин, Е. (2020) Больше не user friendly: как интернет-монополии убивают конкуренцию и превращают пользователей в товар [Электронный ресурс] // Хабр. URL: <https://habr.com/ru/post/511164/> (дата обращения: 13.12.2021).

Курेशи, З. (2020) Преимущества новых технологий захвачены небольшим числом крупных фирм [Электронный ресурс] // Реальное время. URL: <https://realnoevremya.ru/articles/179005-zia-kureshi-o-neravenstve-v-cifrovuyu-epohu> (дата обращения: 13.12.2021).

Ланье, Д. (2020) Кому принадлежит будущее? Мир, где за информацию будут платить вам / пер. с англ. Э. Воронович, О. Липа. М. : Эксмо. 560 с.

Макафи, Э., Бриньолфсон, Э. (2019) Машина, платформа, толпа. Наше цифровое будущее / пер. с англ. А. Поникарова. М. : Манн, Иванов и Фербер. 317 с.

Маццукато, М. (2021) Ценность всех вещей. Создание и изъятие в мировой экономике / пер. с англ. Н. Проценко ; под науч. ред. Н. Афанасова, А. Павлова. М. : Изд. дом Высшей школы экономики. 405 с.

Паркер, Д., Альстин, М. ван, Чаудари, С. (2017) Революция платформ: как сетевые рынки меняют экономику и как заставить их работать на вас / пер. с англ. Е. Пономаревой. М. : Манн, Иванов и Фербер. 302 с.

Перзановски, А. Шульц, Д. (2019) Конец владения: личная собственность в цифровой экономике / пер. с англ. Е. Лебедевой. М. : Изд. дом «Дело» РАНХиГС. 352 с.

Саскинд, Д. (2021) Будущее без работы. Технология, автоматизация и стоит ли их бояться / пер. с англ. под ред. А. Дунаева. М. : Индивидуум. 349 с.

Срничек, Н. (2019) Капитализм платформ / пер. с англ. и науч. ред. М. Добряковой. М. : Изд. дом Высшей школы экономики. 125 с.

Стиглиц, Дж. (2015) Цена неравенства. Чем расслоение общества грозит нашему будущему / пер. с англ. Е. Рождественской. М. : Эксмо. 255 с.

Стиглиц, Дж. (2020) Люди, власть и прибыль: Прогрессивный капитализм в эпоху массового недовольства / пер. с англ. В. Ионова ; науч. ред. Н. Злобин. М. : Альпина Паблишер. 430 с.

Hacker, J. S. and Pierson, P. (2010) Winner-take-all politics How Washington Made the Rich Richer — And Turned Its Back on the Middle Class. New York : Simon & Schuster. 357 p.

Haskel, J. and Westlake, S. (2018) Capitalism without Capital: The Rise of The Intangible Economy. Princeton & Oxford : Princeton University Press. xii, 265 p.

Reich, R. B. (2015) Saving Capitalism: For the Many, Not the Few. New York : Alfred A. Knopf. xvii, 279 p.

Дата поступления: 15.12.2021 г.

PLATFORM CAPITALISM, EXPLOITATION AND INEQUALITY

PART I

G. YU. KANARSH

RAS INSTITUTE OF PHILOSOPHY

The article discusses the key social and ethical issues associated with the development of the digital economy, or rather, such a segment of it as the activity of Internet platforms. The first part of the article is devoted to the analysis of the problem of big data, monopolism, and the formation of inequality due to a new form of capitalism – surveillance capitalism. The problem with big data is that companies using users' data as their main resource thrive; at the same time, as many authors show, the platform business itself leads to the destruction of many areas of the economy, which hurts the positions of the middle class (along with automation). Besides, data by its origin is a collective product, whereas companies actually privatize them. Therefore, the task is to somehow regulate the interaction of platforms and society in this matter. As for monopolism, this is a broader problem for (primarily) the American economy. The monopolization associated with Internet platforms is largely dictated by the very nature of this type of business (network effects). However, monopolization leads to many negative effects, in particular, causing great social inequality. The article examines the negative economic and political effects of the monopolism of new Internet companies. It is concluded that it is necessary to change the general paradigm of companies' activities in the modern economy — to move from rent-oriented behavior to productive one. It is also necessary to change the relationship between new companies and the state, which should be considered as the most important source of many public goods. The author considers the formation of a new type of inequality and violation of democratic norms with regard to the formation of surveillance capitalism.

Keywords: platform capitalism; digital economy; exploitation; inequality; big data; monopoly; surveillance capitalism

REFERENCES

Adzhemoglu, D., Robinson, D., Dzheims A. (2015) *Pochemu odni strany bogatye, a drugie bednye: proiskhozhdenie vlasti, protsvetaniia i nishchety* / transl. from English by D. Litvinov, P. Mironov and S. Sanovich. Moscow, AST. 692 p. (In Russ.).

Zizek, S. *Trouble in Paradise: From the end of history to the end of capitalism* / transl. from English by M. Leonovich. Yekaterinburg: Gonzo. 320 p.

Zuboff, Sh. (2022) *Эпоха надзорного капитализма. Битва за человеческое будущее на новых рубежах власти* / transl. from English by A. Vasil'ev; ed. by Ia. Okhon'ko and A. Smirnov. Moscow, Gaidar Institute Publishing House. 784 p. (In Russ.).

Kollinz, R. (2015) *Srednii klass bez raboty: vykhody zakryvaiutsia // Est' li budushchee u kapitalizma?* / transl. from English; ed. by G. Derlug'iana. Moscow, Gaidar Institute Publishing House. 316 p. P. 61–112. (In Russ.).

Kotkin, E. (2020) *Bol'she ne user friendly: kak internet-monopolii ubivaiut konkurentsiu i prevrashchaiut pol'zovatelei v tovar. Khabr* [online] Available at: <https://habr.com/ru/post/511164/> (accessed: 13.12.2021). (In Russ.).

Kureshi, Z. (2020) «Preimushchestva novykh tekhnologii zakhvacheny nebol'shim chislom krupnykh firm». *Real'noe vremia*. [online] Available at: <https://realnoevremya.ru/articles/179005-zia-kureshi-o-neravenstve-v-cifrovuyu-epohu> (accessed: 13.12.2021). (In Russ.).

Lan'e, D. (2020) *Komu prinadlezhit budushchee? Mir, gde za informatsiiu budut platit' vam* / transl. from English by E. Voronovich and O. Lipa. Moscow, Eksmo. 560 p. (In Russ.).

Makafi, E., Brin'olfson, E. (2019) *Mashina, platforma, tolpa. Nashe tsifrovoe budushchee* / transl. from English by A. Ponikarova. Moscow, Mann, Ivanov i Ferber. 317 p. (In Russ.).

Matstsukato, M. (2021) *Tsenmost' vsekh veshchei. Sozdanie i iz'iatie v mirovoi ekonomike* / transl. from English by N. Protsenko; ed. by N. Afanasov and A. Pavlov. Moscow, Publishing House of the Higher School of Economics. 405 p. (In Russ.).

Parker, D., Al'stin, M. van and Chaudari, S. (2017) *Revoliutsiia platform: kak setevye rynki meniaiut ekonomiku i kak zastavit' ikh rabotat' na vas* / transl. from English by E. Ponomareva. Moscow, Mann, Ivanov i Ferber. 302 p. (In Russ.).

Perzanovski, A. and Shul'ts, D. *Konets vladeniia: lichnaia sobstvennost' v tsifrovoi ekonomike* / transl. from English by E. Lebedeva. Moscow, RANEPА Publishing House. 352 p. (In Russ.).

Sasskind, D. (2021) *Budushchee bez raboty. Tekhnologiia, avtomatizatsiia i stoit li ikh boiat' sia* / transl. from English; ed. by A. Dunaev. Moscow, Individuum. 349 p. (In Russ.).

Srnichек, N. (2019) *Kapitalizm platform* / transl. from English; ed. by M. Dobriakova. Moscow, Publishing House of the Higher School of Economics. 125 p. (In Russ.).

Stiglits, Dzh. (2015) *Tsena neravenstva. Chem rassloenie obschestva grozit nashemu budushchemu* / transl. from English by E. Rozhdestvenskaya. Moscow, Eksmo. 255 p. (In Russ.).

Stiglits, Dzh. (2020) *Liudi, vlast' i pribyl': Progressivnyi kapitalizm v epokbu massovogo nedovol'stva* / transl. from English by V. Ionov; ed. by N. Zlobin. Moscow, Al'pina Publisher. 430 p. (In Russ.).

Hacker, J. S. and Pierson, P. (2010) *Winner-take-all politics How Washington Made the Rich Richer — And Turned Its Back on the Middle Class*. New York: Simon & Schuster. 357 p.

Haskel, J. and Westlake, S. (2018) *Capitalism without Capital: The Rise of The Intangible Economy*. Princeton & Oxford: Princeton University Press. xii, 265 p.

Reich, R. B. (2015) *Saving Capitalism: For the Many, Not the Few*. New York: Alfred A. Knopf. xvii, 279 p.

Submission date: 15.12.2021.

Канарш Григорий Юрьевич — кандидат политических наук, старший научный сотрудник сектора социальной философии Института философии РАН. Адрес: 109240, Россия, г. Москва, ул. Гончарная, д. 12, стр. 1. Тел.: +7 (495) 697-98-93. Эл. адрес: grigkanarsh@yandex.ru

Kanarsh Grigoriy Yuryevich, Candidate of Political Sciences, Senior Researcher, Sector of Social Philosophy, Institute of Philosophy Russian Academy of Sciences. Postal address: Goncharnaya St., 12, Bldg. 1, Moscow, Russian Federation, 109240. Tel.: + 7 (495) 697-98-93. E-mail: grigkanarsh@yandex.ru