

**Наглядний капіталізм, або Як люди стають
сировиною в руках бізнесу**

Старкова Г.В.

Кандидат культурології,

доцент кафедри управління соціальними комунікаціями

Харківського національного економічного університету імені Семена

Кузнеця

м. Харків, Україна

Травкіна Я.М.

студентка 4 курсу факультету міжнародних відносин і журналістики

Харківського національного економічного університету імені Семена

Кузнеця

м. Харків, Україна

Наразі людство входить в епоху персоналізованих цифрових товарів, що створюються і розповсюджуються технологічними корпораціями через сучасні цифрові пристрої, відштовхуючись від потреб і бажань їх користувачів. В обмін на таку перевагу індивідам доводиться віддавати корпораціям-монополістам, що виробляють товар, права на збір і подальший аналіз своїх персональних даних методом так званої предективної аналітики [1].

Корпорації здійснюють збір даних через доступ до камери та мікрофону пристрою, галереї та контактів смартфона, використання геолокації, а також шляхом аналізу поведінки людини при використанні певних застосунків. Частина з цих корпорацій аналізує дані для вдосконалення своїх продуктів у межах етичних стандартів. Однак існують також компанії, які використовують персональні дані неетично, створюючи моделі, що дозволяють передбачати майбутню поведінку споживача та

впливати на його рішення, наприклад, щодо придбання певного товару. У такому випадку споживачі стають сировиною для збільшення прибутку, і це явище все більше поширюється в сучасному світі. Таким чином промисловий капіталізм, заснований на виробництві та споживанні товарів, мутує в новий вид, наразі відомий як «наглядний капіталізм», де капіталом вважається людський досвід, а не лише матеріальні ресурси. Це підкреслює важливість посилення контролю за етичністю поведінки технологічних корпорацій і захисту персональних даних людей.

Метою цього дослідження є теоретичний розгляд концепції наглядового капіталізму, його проявів у реальному житті споживачів, прогнозування подальшої еволюції цього явища та висунування пропозицій щодо боротьби з його негативними наслідками у сучасному світі.

Почнемо з ознайомлення з концепцією наглядового капіталізму. Перша згадка цього терміну зустрічається в книзі американської соціологині і професорки Гарвардського університету Шосани Зубофф «Епоха Наглядного капіталізму. Боротьба за людське майбутнє». За її словами, наглядовий капіталізм становить загрозу для людства й породжує питання: «Якщо капіталізм індустріального суспільства, спрямований на масове виробництво, завдавав шкоду навколишньому середовищу, то які наслідки можуть бути від наглядового капіталізму, де користувачі є цінними джерелами даних?» [2].

Нині збір та обробка персональних даних користувачів поширились настільки, що фактично сформували новий ринок «поведінкових ф'ючерсів». На цьому ринку власники певних технологій продають прогнози щодо поведінки своїх користувачів, а рекламодавці можуть купувати їх, щоб створювати персоналізовані рекламні повідомлення та розміщувати їх в додатках, якими люди користуються. Прибуток, отриманий бізнесами та рекламодавцями за обробку персональних даних користувачів, Зубофф називає «дивідендами нагляду» [2].

Юридично корпораціям важко дорікнути за збір даних своїх користувачів через умови «Угоди користувача», які люди зобов'язані прийняти перед користуванням продуктами. Ці угоди часто містять багато тексту, і люди рідко звертають на них увагу, але, приймаючи ці угоди, дозволяють корпораціям робити з їх персональними даними все, що зазначено в цих документах. Не прийняти угоду неможливо, як часом неможливо й відмовитися від користування певною технологією корпорацій, адже через свою популяризацією вона стає звичайним атрибутом повсякденного життя, і людина часом не може повноцінно існувати в соціумі без неї. Такою технологією наразі можна вважати пошукові інтернет-системи або найпопулярніші соціальні мережі, де люди створюють акаунти й формують через них персональні бренди.

Зубофф порівнює це замкнуте коло з «шухлядою Скіннера» — лабораторним приладом, який використовується для навчання тварин. Їм пропонується певне заохочення у вигляді їжі чи води за виконання потрібних дій [3].

Зубофф зауважує, що неможливо уявити наглядний капіталізм без цифрових технологій, але можна легко уявити цифрові технології без наглядного капіталізму [4]. Відповідно, проблема полягає не у самих технологіях, оскільки технологічний прогрес не можна зупинити, а у способі їх використання. Об'єктом критики мають стати не всі технологічні корпорації, а лише ті, що діють за принципом наглядного капіталізму. Зубофф визначає корпорації Google та Meta як головних представників цього явища [2].

Відповідаючи на питання, що спонукає корпорації до неетичного використання персональних даних своїх користувачів, Зубофф згадує явище конкуренції —

необхідність принаймні залишатися на ринку, а краще стати його лідером. Заради цього корпорації у майбутньому розроблять досконаліші методи використання персональних даних. Після прогнозування поведінки користувача, який поки що здатен відхилятися від очікувань корпорацій, настане час спроб змінити цю поведінку на більш вигідну для корпорацій, і замість визначення бажань індивіда й схиляння його до придбання певних товарів, маркетологи будуть намагатися переконати людину, що без цього товару її життя неможливе [2].

Суспільний устрій, який сформується в результаті розвитку наглядового капіталізму, дослідниця назвала інструментаріанізмом. Люди у цій системі перестануть бути суб'єктами, яких треба підкорити, як за тоталітарного режиму, а стануть інструментами у руках еліти [2]. На відміну від тоталітаризму, інструментаріанізм абсолютно байдужий до особистості, її політичних поглядів, расових чи інших характеристик. Він не спрямований на придушення природних проявів людей, перетворення їх на слухняну масу шляхом нав'язування ідей та прибирання інакомислячих, а зосереджений на передбаченні та маніпулюванні реальними бажаннями, діями та реакціями людей в інтересах еліти, спрямовуючи їх у потрібному для корпорацій напрямку та створюючи ілюзію демократії.

Існують різні точки зору на те, як можна протистояти поширенню наглядового капіталізму і чи можливо це взагалі. На думку Зубофф, рішення проблеми може містити наступні етапи:

- осмислення проблеми та намір протистояти їй;

- контроль кожним користувачем над своїми інтернет-даними;
- посилення міжнародного контролю за цифровою безпекою і закриття ринку поведінкових ф'ючерсів [4].

Такі кроки стануть першими етапом для забезпечення більш-менш безпечного, принаймні контрольованого, цифрового простору і дадуть змогу людству повернутися до тієї стадії свого розвитку, коли ідеалом цифрової ери були розширення людських прав, можливостей та демократизація знань.

Література:

1. Городецький Ю. Д. (2023). Предиктивна аналітика та її роль у прийнятті стратегічних рішень у маркетингу. *Журнал стратегічних економічних досліджень*. DOI: <https://doi.org/10.30857/2786-5398.2023.5.7>.
2. Zuboff Sh. (2018). *The Age of Surveillance Capitalism: The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power*.
3. Nickerson Ch. (2024). Skinner Box: What Is An Operant Conditioning Chamber? *Simply Psychology. Educational Website*. URL: <https://www.simplypsychology.org/what-is-a-skinner-box.html>.
4. Laidler J. (2019). High Tech is watching you. *The Harvard Gazette*. URL: <https://news.harvard.edu/gazette/story/2019/03/harvard-professor-says-surveillance-capitalism-is-undermining-democracy/>.

