

Социальные эффекты алгоритмического управления в цифровых экосистемах Китая: труд, потребление и конкуренция

Научный руководитель – Маркеева Анна Валерьевна

Ма Жуйяо

Студент (магистр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Социологический факультет, Кафедра экономической социологии и маркетинга, Москва, Россия

E-mail: maruiyao@mail.ru

В эпоху цифровой трансформации алгоритмы глубоко интегрировались в повседневную жизнь и процессы управления, обеспечивая их эффективную работу. Однако это технологическое удобство также породило серьезные социальные проблемы. Снижение прозрачности и неявный контроль в процессе принятия решений с помощью алгоритмов грозят потерей личной автономии пользователей и работников. Поэтому понимание социального воздействия алгоритмического управления в современной цифровой экосистеме имеет решающее значение.

На основе эмпирического анализа ведущих цифровых экосистем Китая — Alibaba, Tencent, ByteDance и Meituan — были рассмотрены практические механизмы и последствия алгоритмического управления. Оценка функциональной логики и стратегий этих платформ выявляет глубокие изменения в трех ключевых областях: трудовые отношения, поведение потребителей и трансформация рыночной конкуренция.

Во-первых, в сфере труда алгоритмические платформы внедряют динамический мониторинг на основе стандартизированных правил, оказывая на работников постоянное давление. Так, система оценок и баллов приводит к нестабильности в структуре заказов некоторых курьеров, что усиливает внутреннюю конкуренцию [1]. Из-за сложности и непрозрачности алгоритмического принятия решений работники вынуждены продлевать рабочее время и ускорять темп работы, что приводит к чрезмерной нагрузке и выгоранию [2]. Для смягчения этих последствий Китай реализует пилотные проекты по предотвращению производственного травматизма и предложил придерживаться требования «алгоритмической нейтральности» [3].

Во-вторых, в сфере потребительского поведения алгоритмы рекомендаций ограничивают пользователей однородной информационной средой, что не только сужает их потребительские горизонты, но и коренным образом ослабляет их когнитивную автономию. Кроме того, традиционные механизмы правовой защиты неэффективны перед лицом алгоритмической ценовой дискриминации: технологическая непрозрачность алгоритмов делает крайне сложным для потребителей и регулирующих органов доказать субъективные намерения платформы и собрать доказательства [4].

В-третьих, в сфере рыночной конкуренции «эффект Матфея», вызванный алгоритмами, привел к высокой концентрации рынка и формированию замкнутых экосистем. Однако государственная политика, направленная на «взаимосвязь», разрушает эти барьеры, например, глубокая интеграция Taobao и WeChat [5]. Эта политика позволяет сместить акцент в работе платформ с «привлечения пользователей» на повышение эффективности алгоритмов и качества обслуживания. Поскольку китайский рынок приближается к насыщению, ведущие платформы активно продвигают зрелые алгоритмические модели по всему миру, такие как Temu и TikTok, распространяя влияние китайской модели управления на глобальную цифровую цепочку поставок.

Таким образом, опыт Китая демонстрирует, что алгоритмическое управление вышло за рамки технологического детерминизма и вступило в сложную фазу, включающую глубокое взаимодействие между государственным регулированием, адаптацией платформ и общественным надзором. Такой подход обеспечивает динамический баланс между технологической эффективностью и институциональной безопасностью, предоставляя уникальную парадигму для совместного управления в постоянно развивающейся глобальной цифровой экосистеме.

Источники и литература

- 1) Dong J., Zhang G., Wu L. Life against algorithmic management: a study on burnout and its influencing factors among food delivery riders // *Frontiers in Public Health*. 2025. Vol. 13. Art. 1531541. DOI: 10.3389/fpubh.2025.1531541.
- 2) Yu Z., Treré E., Bonini T. The emergence of algorithmic solidarity: unveiling mutual aid practices and resistance among Chinese delivery workers // *Media International Australia*. 2022. No. 183. P. 107-123. DOI: 10.1177/1329878x221074793.
- 3) Государственное управление по регулированию рынка КНР. Руководящие мнения о реализации ответственности платформ онлайн-кейтеринга и эффективной защите прав и интересов курьеров доставки еды: электрон. ресурс. 2021. 13 авг. URL: <https://www.nmpa.gov.cn/yaowen/shchjgyw/20210813141515127.html?type=pc&m=> (На кит. яз.).
- 4) Жэньминь жибао. Интеграция Taobao с WeChat Pay — важный шаг вперед в обеспечении совместимости платформ: электрон. ресурс. 2024. URL: https://paper.people.com.cn/rmrhwb/html/2024-09/12/content_26080036.htm (На кит. яз.).
- 5) Синьхуа. Журналистское расследование феномена ценовой дискриминации на основе больших данных: при бронировании отеля в приложении цена для золотого участника на 211 юаней выше, чем для обычного: электрон. ресурс // Синьхуа. 2024. 25 янв. URL: <https://www.news.cn/fortune/20240125/49970f0a9d244c74a8ec28e089671d71/c.html> (На кит. яз.).