

81. УЧАСТИЕ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ В РАСПРЕДЕЛЕНИИ ЦИФРОВОЙ РЕНТЫ: ЭКОНОМИЧЕСКИЕ МЕХАНИЗМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Бич О.В., студентка гр.578105

*Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники
г. Минск, Республика Беларусь*

Петрович Ю.Ю. – старший преподаватель кафедры ЭИ, магистр

Аннотация. Рассматривается противоречие между возрастающей стоимостью пользовательских данных как экономического актива и отсутствием механизмов участия их создателей в распределении цифровой ренты. Обосновывается необходимость трансформации отношений «платформа — пользователь» в сторону партнерства, включая внедрение компенсационных механизмов и прозрачных принципов ценообразования на данные.

В современной цифровой экономике пользовательские данные стали таким же ценным ресурсом, как нефть или газ. Ни для кого не секрет, что компании активно крадут и используют наши данные в своих целях. Рост ценности больших данных представлен на рисунке 1.

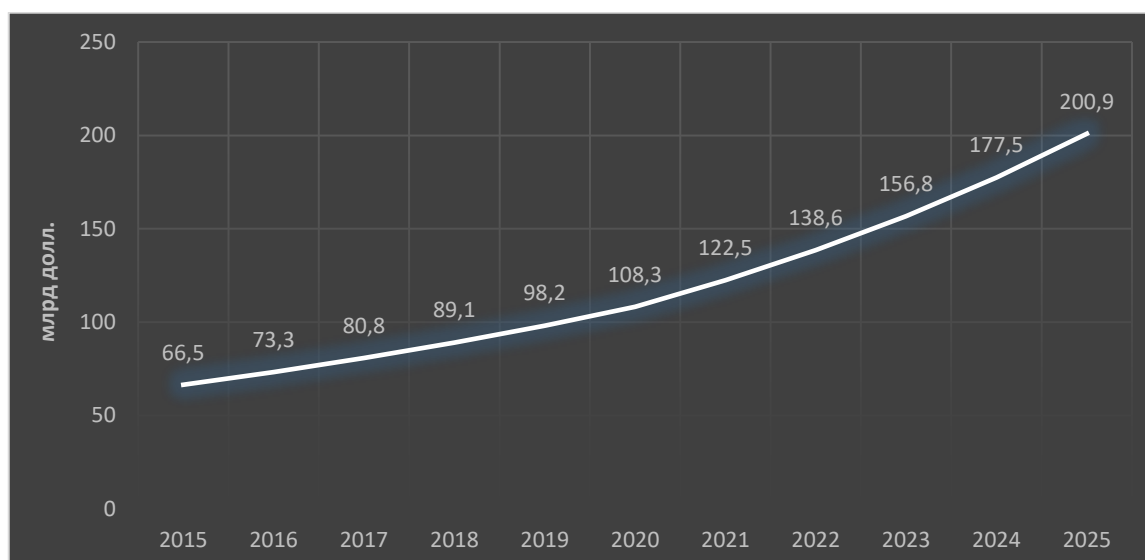


Рисунок 1 - Динамика роста мирового рынка Big Data (2015–2025), млрд долл.

Крупные технологические компании вроде Google, Amazon, Яндекса собирают огромные массивы информации о нас, наших привычках, покупках и перемещениях. На этом строится их бизнес. В 2023 году средняя стоимость клика по рекламе в Meta составляла 0,83 доллара, а в Google — 4,22 доллара [1]. Но если посчитать грубо: при 5,56 млрд интернет-пользователей и 750 млрд долларов дохода от цифровой рекламы в 2024 году, каждый пользователь «приносит» компаниям в среднем 135 долларов в год [1]. Просто за то, что пользуется интернетом.

И тут возникает вопрос, который я хочу поднять в этой работе. Пользователь создает данные, компании на них зарабатывают, а пользователь получает только сам сервис. Это справедливо? В экономической теории такой сверхдоход от использования актива называют рентой [2]. В данном случае — цифровой рентой.

Цель исследования: проанализировать противоречие между ценностью пользовательских данных и отсутствием механизмов участия пользователей в распределении прибыли, а также предложить возможные пути решения.

Цифровая рента — явление сложное и многоликое. Выделяют четыре ее формы: ренту от контроля над экосистемой (когда платформа запирает пользователя в своих сервисах), ренту ожиданий (когда инвесторы верят в будущую монополию компании), ренту вовлеченности (когда алгоритмы заставляют нас проводить в приложениях больше времени) и рефлексивную ренту (когда платформа сама устанавливает правила игры) [2]. Мы каждый день сталкиваемся с этим: YouTube предлагает посмотреть «еще одно видео», Instagram показывает посты, от которых сложно оторваться.

Компании платят огромные деньги за доступ к данным для обучения нейросетей. News Corp подписала контракт с OpenAI на 250 млн долларов, Financial Times получила более 10 млн долларов за первый год сотрудничества [1]. А пользователи, чьи комментарии, посты и диалоги обучаются эти модели, не видят ни копейки.

И это не единственная проблема. Цифровые платформы часто ухудшают качество сервиса ради прибыли. Поисковик может показывать не самые релевантные результаты, а те, за которые заплатили рекламодатели. Пользователю от этого хуже, но платформа зарабатывает. И может позволить себе такое, потому что конкуренции почти нет.

В Бразилии запустили пилотный проект dWallet. Пользователь заходит в настройки виртуального кошелька, соглашается монетизировать часть своего цифрового следа, а компании делают ставки — сколько готовы заплатить за доступ к этим данным [3]. Владелец сам выбирает предложение и получает деньги на баланс. Проектом управляет государственно-частное партнерство. Критики, правда, опасаются, что это повысит цену данных и мелкий бизнес не сможет их покупать [3]. Но сам подход важен.

Есть и блокчейн-решения. Проект Measurable Data Token (MDT) позволяет пользователям зарабатывать на анонимных данных через приложение RewardMe. За покупки и обмен информацией начисляются токены. А бизнес через платформу Measurable AI получает аналитику на основе более 20 миллиардов точек данных [4]. Смарт-контракты автоматически обеспечивают выплаты.

Пользователи все больше устают от слежки, ставят блокировщики рекламы, требуют регулирования. Исследования показывают, что люди все оосознаннее относятся к безопасности своих аккаунтов [3]. Если так пойдет дальше, платформы могут лишиться доступа к данным. А без свежих данных ИИ-модели начинают деградировать, это явление называют «коллапсом модели» [1].

Получается замкнутый круг: чтобы ИИ развивался, нужны данные. Чтобы получить данные, нужно доверие пользователей. Чтобы доверие было, нужно платить. Но платформы не платят. Значит, доверие падает. Данных становится меньше. ИИ хуже учится.

Существует идея решения этой проблемы. Она заключается в следующем:

1 Оценка стоимости вклада пользователя. Для данных это сложно, но возможно. Можно считать, сколько рекламных денег приносит средний пользователь, и отталкиваться от этого.

2 Механизмы распределения. Эндрю Янг, бывший кандидат в президенты США, продвигал идею «data dividends» — дивидендов за данные [1]. Пользователи получают прямые выплаты от компаний. Как акционеры, только акции — это наши данные.

3 Техническая реализация. Это могут быть «личные хранилища данных», где пользователь сам решает, кому и на каких условиях давать доступ.

4 Прозрачность. Маццукато предлагает обязать платформы раскрывать «эксплуатационные» показатели: рекламную нагрузку, долю органических и рекламных кликов, время пользователей в сервисах [5]. Чтобы можно было проверить, не ухудшают ли алгоритмы качество специально.

Конечно, есть свои минусы и риски. Пользователи могут начать гнаться за деньгами и продавать все подряд, не думая о приватности. Цифровое неравенство может усилиться: кто-то заработает, а кто-то нет. Компании могут закладывать выплаты пользователям в цену для рекламодателей, и в итоге пострадает вся экономика.

Но попробовать необходимо. Так как текущая модель нестабильна из-за растущего недоверия и страха пользователей.

Заключение. Цифровая рента — объективная реальность. Пользователи создают стоимость, но не участвуют в ее распределении. Это противоречие надо решать. Мир уже движется в эту сторону: Бразилия экспериментирует с dWallet, появляются блокчейн-проекты, ученые предлагают модели оценки. Дальнейшие исследования должны быть направлены на конкретные методики расчета справедливой цены данных и проектирование гибридных моделей монетизации. Чтобы и бизнес получал прибыль, и пользователи чувствовали себя партнерами, а не просто «цифровыми донорами».

Список использованных источников:

1. Щеглов, Г. Сколько стоят ваши персональные данные и кто на них зарабатывает [Электронный ресурс] / Г. Щеглов // Inc. Russia. – 2025. – 26 января. – Режим доступа: <https://incrussia.ru/understand/who-profits-data/>. – Дата доступа: 09.03.2026.
2. Birch, K. Big Tech: четыре новые формы цифровой ренты [Электронный ресурс] / K. Birch, D.T. Cochrane // Science as Culture. – 2024. – Режим доступа: <http://gzlz.gzhu.edu.cn/info/1023/2581.htm>. – Дата доступа: 09.03.2026.
3. Лубнина, Я. Гражданам разрешат зарабатывать на своих данных [Электронный ресурс] / Я. Лубнина // Коммерсантъ. – 2025. – 9 июня. – Режим доступа: <https://www.kommersant.ru/doc/7795883>. – Дата доступа: 11.03.2026.
4. What Is Measurable Data Token (MDT) And How Does It Work? [Электронный ресурс] // CoinMarketCap. – 2025. – 15 августа. – Режим доступа: <https://coinmarketcap.com/ru/cmcc-ai/measurable-data-token/what-is/>. – Дата доступа: 12.03.2026.
5. Черновол, К. О книге М. Маццукато «Рента в цифровую эпоху» [Электронный ресурс] / К. Черновол // Институт Гайдара. – 2026. – 4 февраля. – Режим доступа: <https://www.iet.ru/ru/novosti/kiiril-chernovol-o-knige-m-matstsukato-renta-v-tsifrovuyu-epokhu.html>. – Дата доступа: 12.03.2026.