

# Статьи. Теория

АНДРЕЙ В. ШЕВЧУК

НИУ ВШЭ, Москва, Россия

ORCID: 0000-0001-6287-4617

## От фабрики к платформе: автономия и контроль в цифровой экономике

doi: 10.22394/2074-0492-2020-1-30-54

*Резюме:*

Социология труда уделяла пристальное внимание фабрике и офису в качестве физического и социального пространства, где непосредственно осуществлялся трудовой процесс, и работник сталкивался с управленческим надзором, контролем и властью. В статье проблематизируются новые децентрализованные формы организации труда на основе цифровых платформ, соединяющих самозанятых работников с заказчиками и потребителями их услуг. Быстрое распространение платформ во многих сферах экономики (от IT-сектора и креативных индустрий до бытовых услуг, служб такси и доставки) ставит на повестку дня задачи переосмысления сложившихся в рамках социологии труда концепций, трудового законодательства и моделей социальной политики. Как правило, организационная децентрализация обсуждалась в контексте повышения трудовой автономии работников. Однако благодаря информационно-коммуникационным технологиям становится возможной не только эффективная координация деятельности рассредоточенных в пространстве работников, но и жесткий алгоритмический контроль над ними. Существующие за пределами предприятия как в физическом, так и в юридическом смыслах работники, тем не менее испытывают постоянное влияние цифровых платформ на ключевые условия своего труда и занятости. В статье рассматриваются специфич-

30

---

Шевчук Андрей Вячеславович — кандидат экономических наук, доцент кафедры экономической социологии НИУ ВШЭ; старший научный сотрудник Лаборатории экономико-социологических исследований (ЛЭСИ). Научные интересы: экономическая социология, социология труда и занятости, социология хозяйственного развития, сравнительный анализ хозяйственных систем. E-mail: shevchuk@hse.ru

Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 20-011-00587.

Acknowledgements: The reported study was funded by PFBR, project number 20-011-00587.

ка и типы трудовых цифровых платформ, источники платформенной власти, формы алгоритмического управления, роль пользовательских рейтингов, а также основные направления дискуссий о регулировании платформенной занятости. Автор концептуализирует проблемы трудовой автономии и контроля с помощью двух идеальных типов платформ: маркетплейса и теневой корпорации.

*Ключевые слова:* социология труда, цифровые платформы, гигномика, самозанятость, трудовая автономия, алгоритмическое управление

**Andrey V. Shevchuk**

HSE, Moscow, Russia

ORCID: 0000-0001-6287-4617

## **From Factory to Platform: Autonomy and Control in the Digital Economy**

*Abstract:*

The sociology of work paid close attention to the factory and office as the physical and social space where the labor process was directly carried out and where workers faced managerial supervision, control, and power. The article discusses new decentralized forms of labor organization based on digital platforms which connect self-employed workers with clients and customers. The rapid spread of platforms in many spheres of the economy (from the IT sector and creative industries to consumer services, taxi services, and delivery) puts the task of rethinking the concepts of labor sociology, labor legislation and social policy models on the agenda. Generally, organizational decentralization was discussed in the context of increasing the autonomy of workers. However, information and communication technologies made possible not only the effective coordination of dispersed workers, but also tight algorithmic control. Workers who are outside the enterprise, both physically and legally, nevertheless experience a strong influence of digital platforms on the key conditions of their work and employment. The article discusses the nature and types of digital work platforms, sources of platform power, forms of algorithmic management, the role of user ratings, as well as the possible regulation of platform employment. The author conceptualizes the problems of labor autonomy and control within the typology of platforms: marketplace vs. shadow corporation.

*Keywords:* sociology of work and employment, digital platforms, gig economy, self-employment, work autonomy, algorithmic management

---

Andrey V. Shevchuk — Associate Professor, Department of Economic Sociology, Higher School of Economics; Senior Researcher, Laboratory of Economic and Sociological Research (LESI). Research interests: economic sociology, sociology of work and employment, sociology of economic development, comparative political economy. E-mail: shevchuk@hse.ru

## Введение

**Ц**ифровые платформы, способные эффективно координировать взаимодействия между пространственно рассредоточенными агентами, представляют собой организационную инновацию, которая с полным правом претендует на то, чтобы стать олицетворением новой эпохи [Kenney, Zysman 2016; Срничек 2019]. Платформы становятся важными в системном смысле, формируя базовую инфраструктуру экономических и социальных взаимодействий. Наряду с нарастающей автоматизацией и диджитализацией производственных процессов распространение платформ сигнализирует о приближении зрелости технологического уклада, сформировавшегося в результате информационной революции [Fernández-Macías 2018].

На наших глазах преобразуются не только сферы производства, потребления и досуга, но и привычный ландшафт труда и занятости: платформы переопределяют, кто, где, как и когда будет выполнять работу. Платформа выступает в качестве нового (виртуального) пространства, где люди, выражаясь словами Маркса [1985: 202], соединяются «известным образом для совместной деятельности и для взаимного обмена своей деятельностью». Другими словами, подобно фабрике или офису, платформа представляет собой место, где осуществляется организация труда и формируются социальные отношения [Gandini 2019].

Исследователи, политики и общественность всерьез озабочены стремительным ростом платформенной занятости, в которую уже сейчас вовлечены миллионы людей по всему миру. Распространение цифровых платформ оживило «вечные» дебаты об освобождающей или порабощающей роли новых технологий и, конечно же, о непримиримой борьбе труда и капитала. В широкий оборот вошел труднопереводимый на русский язык термин гигономика (gig economy), обозначающий дискретную краткосрочную занятость посредством цифровых платформ<sup>1</sup>.

Оптимистические сценарии, которые можно обнаружить прежде всего в управленческой и популярной литературе, развивают идеи о «свободных агентах» [Пинк 2005] и «портфельных карьерах» [Хэн-

1 Термин происходит из музыкальной среды: на англ. gig — это концерт, музыкальное представление, вечеринка с участием музыкальной группы. В современном сленге этим словом обозначают небольшую работу, подработку, «работенку», «халтуру». Таким образом, подчеркивается, что в противовес стандартной занятости гигономика подразумевает выполнение отдельных проектов и заданий. Один из вариантов вольного перевода, получивший распространение в СМИ, — «экономика свободного заработка».

ди 2001], позволяющих людям обрести свободу от корпоративного рабства и вести желаемый образ жизни. Непосредственно трудовая проблематика зачастую растворяется в общих разговорах о новом типе экономики совместного производства и потребления (*sharing economy*) [Sundararajan 2016]. Этот гибкий мир предоставляет широкие возможности монетизации профессиональных навыков, хобби, свободного времени, а также простаивающей без дела собственности. Выдвигается важный тезис об инклюзивном потенциале платформенной занятости. Разрушение входных барьеров и устоявшихся социальных структур открывает рынки труда для ранее ущемленных групп: молодежи, женщин, людей с ограниченными возможностями, старших возрастных групп, мигрантов и жителей экономически менее развитых территорий, которые могут воспользоваться возможностями виртуальной мобильности [Malone, Laubacher, Johns 2011].

В мрачных картинах тотальной прекаризации и социальной разобщенности по улицам мегаполисов снуют направляемые компьютерными алгоритмами такси и курьеры с рюкзаками за спиной, а перед мониторами одиноко стучат по клавишам «кибер-пролетарии» [Dyer-Witheford 2015; Huws 2009], выполняющие рутинные задачи для неведомых клиентов из сети [Standing 2015; Крауч 2019]. Критики убеждены что, даже если некоторые работники и выигрывают от перемен, то для большинства платформенная занятость — не добровольный выбор, а вынужденная необходимость, ухудшающая качество трудовой жизни. Платформенный труд является логичным продолжением разворачивающихся на протяжении последних десятилетий тенденций к дерегулированию рынка труда и дестандартизации занятости [Kalleberg 2009]. Стратегии бизнеса, связанные с перемещением различных аспектов работы за пределы фирмы и отказом от трудовых отношений, хорошо задокументированы [Ashford, George, Blatt 2007; Cappelli 1999; Connelly, Gallagher 2006; Kalleberg, Reynolds, Marsden 2003]. Цифровые платформы логически завершают этот процесс моделью «гипераутсорсинга», когда за штат выводится практически вся рабочая сила [Срничек 2019]. Более того, радикальные критики утверждают, что платформы сумели организовать изоциренную систему эксплуатации бесплатного труда интернет-пользователей [Terranova 2000].

Оба подхода проливают свет на важные проблемы. Однако присутствие им ограничения порой препятствуют плодотворному осмыслению новых структур занятости. Во-первых, эти масштабные обществоведческие интерпретации идеологически окрашены, что по существу может предопределять результаты анализа. Сами платформы также активно участвуют в производстве идеологического

дискурса, в том числе ангажируя именитых ученых<sup>1</sup>. В результате выстраивание мощных риторических фасадов зачастую преобладает над скрупулезным изучением многогранной и противоречивой действительности. Во-вторых, далеко идущие обобщения делаются на основе отдельных кейсов и секторов, а конфликтующие сценарии построены на разной эмпирической базе. В-третьих, в объяснительных схемах зачастую апеллируют к мифической фигуре среднестатистического платформенного работника при том, что ландшафт платформенной занятости чрезвычайно разнообразен и недостаточно изучен<sup>2</sup>. В целом дебаты о платформенной занятости представляют собой область, «где ценности оспариваются, факты неопределенны, а ставки высоки» [Codagnone, Karatzogianni, Matthews 2018: 10].

Данная статья является введением в проблематику платформенной занятости, проясняет базовые понятия, предлагает типологию трудовых платформ и обобщает результаты эмпирических исследований. Она посвящена лишь одному из аспектов — проблеме трудовой автономии и контроля, т. е. вопросу о том, в какой степени работник может самостоятельно определять содержание, процесс и условия своего труда. Центральный тезис состоит в том, что организация труда, воплощенная в структурах и институтах (правилах игры), имеет первостепенное значение для автономии работников, которая в свою очередь во многом определяет качество трудовой жизни. Поэтому необходимо разобраться, в чем состоит специфика платформенной занятости, и чем одни платформы отличаются от других<sup>3</sup>. Это важно как для более глубокого понимания эволюции

34

- 1 Широкий резонанс вызвало исследование водителей Uber, выполненное на проприетарной (закрытой) базе данных компании одним из ее сотрудников в соавторстве с известным американским экономистом (в прошлом советником президента Б. Обамы), А. Кругером, который также некоторое время консультировал компанию [Hall, Krueger 2018a]. Исследование вызвало острую критику в духе «это слишком хорошо, чтобы быть правдой» [Berg, Johnston 2018], а авторам пришлось объясняться [Hall, Krueger 2018b].
- 2 Дефицит базовой информации породил спрос на описательные исследования, стремящиеся ответить на простые вопросы. Кто они, платформенные работники? Каковы их социально-демографические и профессиональные характеристики, а также основные параметры занятости? [Berg 2016; Brancati, Pesole, Fernández-Macías 2019; De Groen, Kilhoffer, Lenaerts, Mandl 2018; Hall, Krueger 2018b; Huws, Spencer, Coates, Sverre Syrdal, Holts 2019; Стребков, Шевчук, Спирина 2015].
- 3 Игнорирование этих вопросов ведет к неверным интерпретациям и неуместным аналогиям. Так, Uber (не без участия самой корпорации) часто приводят в качестве примера экономики совместного потребления (sharing economy). С другой стороны, появляется соблазн называть уберизацией

трудовых отношений, так и в контексте развернувшихся дискуссий о мерах государственного регулирования цифровых платформ.

## Что такое трудовые платформы?

В самом общем виде цифровая платформа — это виртуальная площадка, обеспечивающая взаимодействие двух (и более) сторон (групп пользователей) по определенным правилам [Kenney, Zysman 2016; Срничек 2019]. Как участники платформ, так и «правила игры» отличаются чрезвычайным разнообразием. Участниками платформ могут быть физические лица или организации, их взаимодействия могут носить коммерческий или неденежный характер, обращающиеся блага могут быть материальными или нематериальными, они могут менять собственника или предоставляться в аренду. Платформы функционируют в разных отраслях и видах деятельности: производстве, торговле, транспорте, финансах, медиа, рекламе, образовании и др. В данной статье мы рассмотрим так называемые трудовые платформы (digital labour platform).

Выделим наиболее значимые идеально-типические характеристики трудовых платформ. Во-первых, на стороне предложения выступают индивиды (а не фирмы), осуществляющие самостоятельную деятельность для удовлетворения спроса, который могут предъявлять как другие люди, так и организации. При этом индивиды действуют от своего лица и на свой страх и риск, являясь (по крайней мере формально) самозанятыми<sup>1</sup>. Во-вторых, на трудовых платформах имеет место опосредованный деньгами обмен, отличающий их от площадок, основные функции которых не связаны с получением индивидами дохода (типа социальных сетей, бартерного обмена, краудсорсинга с участием добровольцев и т. п.). В-третьих, предметом сделок на платформе являются трудовые услуги, а не материальные блага или финансовые активы. Исключаются платформы, связанные с торговлей товарами (как сбытом продукции собственного изготовления, так и перепродажей), предо-

35

---

практически любые формы краткосрочной занятости на основе цифровых платформ [Сизова, Хусяинов 2018]. Наконец, авторитетный автор Н. Срничек помещает в одну категорию «бережливых платформ» (lean platforms) как платформы, посредством которых предоставляются трудовые услуги (Amazon Mechanical Turk, TaskRabbit, Uber), так и сервис сдачи жилья в аренду Airbnb, что подрывает возможности плодотворного использования данной типологии в социологии труда [Срничек 2019].

1 На практике на некоторых трудовых платформах также присутствуют предприимчивые посредники, перераспределяющие заказы другим работникам, и небольшие неформальные коллективы (команды).

ставлением в аренду имущества (например, жилья или автомобиля) или поиском финансирования (например, в форме краудфандинга). В-четвертых, предметом сделки, как правило, выступает разовая услуга (поездка в такси, доставка пиццы из ресторана, ремонт сантехники), трудовое задание (перевод документа, написание рекламного текста, транскрибирование аудиозаписи) или проект (создание веб-сайта, разработка фирменного стиля, проведение маркетингового исследования). Поэтому не рассматриваются порталы, предназначенные преимущественно для поиска постоянной работы. В-пятых, информационная система организует взаимодействие между своими участниками на разных этапах заключения сделки (в разных случаях включая поиск и отбор контрагента, коммуникацию, предоставление самой услуги, контроль, оплату, обратную связь, арбитраж и др.), в том числе на основе компьютерных алгоритмов. Другими словами, платформа технологически формирует структурные условия взаимодействия и устанавливает правила игры. На этом основании отсекаются выполняющие преимущественно информационную функцию доски объявлений о вакансиях и хранилища резюме (job boards), а также разнообразные кадровые онлайн-агентства, где исполнители подбираются вручную.

36

Многие платформы позволяют людям извлекать доход из своей деятельности и таким образом в известной степени обеспечивают занятость населения, что важно учитывать в рамках более широких, чем в данной статье, исследовательских задач [Huws, Spencer, Coates, Sverre Syrdal, Holts 2019]. Можно организовать сбыт готовой продукции мелкоремесленного производства на Etsy, заниматься перепродажей товаров на Ebay, сдавать в аренду дома и квартиры через Airbnb, монетизировать оригинальный контент на площадках типа YouTube, продвигать свои товары и услуги через Facebook или Instagram, выстраивать профессиональные контакты в LinkedIn и т. п. Однако эти платформы не являются принципиальными структурными элементами рынка труда в том смысле, что они не выступают в качестве «мест», специально предназначенных для купли-продажи трудовых услуг, а также организации и осуществления труда<sup>1</sup>.

Аналитическая процедура выделения трудовых платформ осложняется тем, что нередко в одном секторе экономики соседствуют платформы совершенно разной природы. Например, компания

---

1 Более широкий взгляд на трансформацию занятости под воздействием платформ представлен в [Kenney, Zysman 2019], а расширительные трактовки платформенного труда, включающие в него бесплатную деятельность интернет-пользователей, в [Tegganova 2000].



Uber с полным правом может считаться трудовой платформой, так как организует труд большого количества таксистов для удовлетворения массового спроса на пассажирские перевозки. Онлайн-сервис поиска автомобильных попутчиков Vlablacar уже вряд ли можно назвать трудовой платформой. В данном случае, двигаясь по обусловленному личными обстоятельствами маршруту, водитель скорее сдает в аренду свободные места в своем авто, чтобы частично компенсировать затраты на топливо. Еще дальше от определения трудовых платформ отстоят разнообразные каршеринговые компании, так как они не предоставляют услуги водителя, а сдают в прокат сами автомобили. Ситуация не меняется, даже если речь идет о сервисах проката частных автомобилей по принципу индивидууму (например, Turo, Getaround), а не о фирмах, владеющих собственным автопарком (например, Zipcar).

Таким образом, можно сформулировать следующее определение: *цифровая трудовая платформа — это информационная система (веб-сайт или мобильное приложение), основная функция которой состоит в технологической и институциональной организации взаимодействия между самозанятыми работниками и заказчиками (индивидами или фирмами) по поводу купли-продажи разовых услуг, отдельных трудовых заданий и краткосрочных проектов.*

37

С другой стороны, платформы представляют собой экономические организации (фирмы) с собственным штатом сотрудников, а также внешними подрядчиками, которые занимаются разработкой и поддержкой информационной системы, развитием и продвижением бизнеса. Например, по данным компании, в Uber работает около 22 тысяч человек при том, что платформа ежемесячно организует труд около 3,9 млн водителей<sup>1</sup>.

## Пути платформизации

Трудовые платформы осуществляют дистанционную организацию взаимодействия контрагентов посредством цифровых технологий (digitally mediated work)<sup>2</sup>. Однако сам характер оказания трудовых услуг может требовать или не требовать физического соприсутствия работника и заказчика. В первом случае мы имеем дело с цифровой организацией локального труда таксистов, электриков, сантехников, сборщиков мебели, грузчиков, курьеров, уборщиков, нянь,

- 
- 1 Внутрифирменные аспекты остаются за рамками данной статьи, хотя, несомненно, представляют исследовательский интерес [Kenney, Zysman 2019].
  - 2 Доход цифровых платформ формируется разными способами, но, как правило, за счет комиссионных платежей от сделки.



парикмахеров, массажистов и представителей многих других профессий. Их клиентами, как правило, являются частные лица: обычные люди, которым требуются бытовые услуги. Во втором случае речь идет об удаленной работе программистов, дизайнеров, переводчиков, маркетологов, разного рода консультантов. Спрос на подобные услуги предъявляют не только индивиды, но и организации (прежде всего малый бизнес, но также и крупные корпорации). Платформы первого типа реорганизуют локальные рынки труда, а на основе платформ удаленной работы формируются транснациональные рынки [Стребков, Шевчук, Спирина 2015], в том числе планетарного масштаба [Graham, Anwar 2019]<sup>1</sup>.

Интересно, что исторически первыми на пороге тысячелетий появились платформы удаленной работы, однако долгое время они находились на периферии общественного внимания и академических исследований [Шевчук 2008]<sup>2</sup>. И только через десятилетие, к концу 2000-х годов, благодаря широкому распространению смартфонов с возможностями точного геопозиционирования, появились платформы, ориентированные на удовлетворение массового спроса населения (прежде всего сервисы такси и доставки еды). С этого момента платформенная занятость, которая стала буквально наблюдаемой на улицах мегаполисов (в отличие от удаленной работы, осуществляемой из дома), перестала восприниматься как нишевое решение и обсуждается в качестве парадигмальной модели организации труда [Huws 2016]. Это происходит в том числе потому, что стали очевидны возможности драматичной перестройки традиционных систем управления на основе платформенной логики, в том числе по модели Uber. В оборот вошел термин уберизация, с энтузиазмом обсуждаемый управленцами, и одновременно воплощающий мрачные сценарии критиков.

При этом масштабы занятости посредством трудовых платформ в США и Европе пока остаются весьма скромными (не более 1%), а значительная ее доля приходится всего на одну компанию Uber [Hall, Kueger 2018a]<sup>3</sup>. В целом количественная оценка платформен-

---

1 Поэтому платформы локального труда публикуют список городов, в которых они функционируют, а платформы удаленной работы доступны из любой точки планеты. Например, заказать такси через приложение Uber сегодня можно в более чем 700 городах 63 стран мира, а биржа удаленной работы Freelanceg сообщает, что ее пользователи представляют 247 стран.

2 Первая успешная онлайн-платформа для фрилансеров Elance основана в 1999 году под влиянием идей Т. Малоуна о перспективах экономики электронного фриланса [Malone, Laubacher 1998].

3 Хотя, если придерживаться расширительных трактовок и учитывать все доходы населения, получаемые посредством цифровых платформ (включая

ной занятости сопряжена с множеством методологических трудностей, одной из которых является разная степень вовлеченности [Abraham, Haliwanger, Sandusky, Spletzer 2018; Huws et al. 2019]. Для одних работников это основной источник дохода, другие заняты на платформах частично, третьи появляются лишь эпизодически. Этот факт имеет важное значение, так как воздействие платформенной занятости на благосостояние и качество жизни работника напрямую связано со степенью его зависимости от платформ.

## Под властью платформы: залогиненный труд

Трудовые платформы позиционируют себя нейтрально в качестве посредников или технологических сервисов, упрощающих взаимодействие между спросом и предложением. Однако в действительности они обладают значительной властью, т. е. возможностью напрямую определять ключевые параметры труда и условия занятости формально самостоятельных работников. Таким образом, в отличие от фабрики или офиса работник юридически и физически отделен от (виртуального) места, где в действительности осуществляется организация его труда. Термины «залогиненный труд» (logged labour) [Huws 2016] или «залогиненная занятость» (login employment) [Yakubovich, Galperin, El Mansouri 2018], применяемые к платформенным работникам, подчеркивают не только виртуальность трудового контекста, но и его замкнутость в рамках определенной информационной системы. Веб-сайты и мобильные приложения являются обособленным виртуальным пространством, в рамках которого осуществляются многообразные формы власти платформенных компаний. Как отмечает итальянский социолог А. Гандини, «входя в свой аккаунт на сайт или приложение, работник автоматически попадает под действие внешней власти, которая, во-первых, трансформирует запросы клиентов и потребителей в готовые к выполнению заказы, оповещения о которых приходят в виде цифровых уведомлений; во-вторых, определяет какие задачи, где и когда необходимо выполнить; в третьих, прямо или косвенно определяет, сколько денег ему заплатят за выполнение этих задач; в-четвертых, прямо или косвенно контролирует выполнение работы и производительность работника» [Gandini 2019: 1045].

Можно предложить и несколько иную классификацию проявлений власти платформ в отношениях с работником. Во-первых, платформы устанавливают изначальные правила игры (в ряде слу-

---

продажу товаров, аренду имущества, монетизацию контента и др.), то значение платформ возрастает.

чаев и цены), а также могут менять их в одностороннем порядке. На практике обновление сайтов и приложений (их функций и интерфейсов), пользовательских соглашений, размера комиссий, алгоритмов работы, правил расчета рейтингов носят перманентный характер, создавая повышенную неопределенность условий занятости. Во-вторых, имеет место гигантская асимметрия информации между платформой и работниками. Внедряя системы электронного мониторинга и контроля, имея под рукой «большие данные» о пользователях (как работниках, так и потребителях), платформы могут манипулировать их поведением. Обладая всей полнотой информации, именно платформы определяют, в какой степени и форме стоит делиться ей с работниками, чтобы создавать определенные стимулы<sup>1</sup>. В-третьих, платформы могут на определенное время или навсегда «деактивировать» пользователей, а также применять другие дисциплинирующие санкции. Причем такие решения фактически невозможно оспорить. За фасадом технического термина «деактивация» скрывается лишение человека возможности зарабатывать средства к существованию, т. е. то, что в контексте стандартной занятости называется увольнением. В-четвертых, все вышесказанные проявления платформенной власти в совокупности во многом определяют условия труда и занятости, а также зарплатки формально самостоятельных работников.

## Маркетплейс vs теневая корпорация

Характер и сила платформенной власти существенно варьируются и воплощаются в различном институциональном дизайне платформ. Необходимо отметить, что даже небольшие отличия в правилах игры (например, в условиях матчинга или расчета рейтингов) могут принципиально влиять на положение работников. Это повышает актуальность эмпирического изучения отдельных платформ, особенно на современном этапе, когда они активно экспериментируют с различными стратегиями в условиях неустоявшейся системы государственного регулирования<sup>2</sup>.

---

1 Так, например, в момент, когда необходимо принимать решение о выполнении заказа, таксисту недоступна информация о его стоимости [Rosenblat, Stark 2016], а курьеру — о месте, куда заказ необходимо доставить [Goods, Veen, & Barratt 2019; Sharigo 2018]. С другой стороны, работники получают сообщения от компании с тщательно препарированной информацией о возможностях дополнительного заработка в часы пикового спроса, желательности или нежелательности определенного поведения и т. п.

2 Примеры подобных исследований представлены в табл. 1.

Тем не менее важно предложить концептуализацию действительности в рамках типологии трудовых платформ. В большинстве случаев исследователи не идут дальше различения между платформами локального (work on demand via app) и удаленного (crowdwork) труда [De Stefano 2015]<sup>1</sup>. К сожалению, такая типология лишь в очень ограниченной степени освещает модели организации труда в платформенной экономике. В рамках данной статьи намечены некоторые важные направления анализа цифровых платформ с точки зрения трудовой автономии, т. е. тех границ, в пределах которых работник может самостоятельно определять содержание, процесс и условия своего труда. В итоге предлагается авторская типология платформ, которая отражает как характер труда (локальный или удаленный), так и общую модель его организации (маркетплейс и теневая корпорация) (см. табл. 1).

С точки зрения принципиальных организационных решений, можно выделить два идеальных типа трудовых платформ. Первый тип — маркетплейс, своего рода виртуальная рыночная площадь (online marketplace), где контрагенты имеют возможность коммуницировать, выбирать друг друга, обсуждать цены, а платформа не стремится напрямую контролировать качество итогового продукта и процесс работы. На основе трудовой истории, формализованной репутации и представленного портфолио работники выстраивают личный бренд, самостоятельно ищут заказы и конкурируют между собой (по цене и качеству)<sup>2</sup>. Тем не менее, как и все платформы, маркетплейс остается тщательно организованным и структурированным пространством, где взаимодействия происходят в рамках установленных правил.

Второй тип платформ представляют своего рода «теневые корпорации»<sup>3</sup>, в рамках которых системы управленческого контроля внешне завуалированы под рыночные сделки. В этом случае контрагенты (работники и потребители) теряют контроль над ключе-

- 1 Конечно, в литературе присутствуют и более сложные классификации [Howcroft, Bergvall-Kåreborn 2019; Kalleberg, Dunn 2016], в том числе весьма детализированные [De Groen, Killhoffer, Lenaerts, Mandl 2018]. С другой стороны, небезосновательно высказывается мнение, что в условиях потенциально безграничного разнообразия характеристик платформ попытки построения их всеобъемлющей классификации бесперспективны и практически не осуществимы [Prassl, Risak 2015].
- 2 В экономической теории такие платформы концептуализируются как двусторонние (two-sided) или многосторонние (multi-sided) рынки [Codagnone, Karatzogianni, Matthews 2018].
- 3 Термин «теневая корпорация» (shadow corporation) заимствован из работы Г.Фридмана [Friedman 2014], однако в рамках данной статьи он получает новую интерпретацию, в том числе в рамках предложенной типологии.

выми параметрами взаимодействия: матчинг и определение цены осуществляет сама платформа. Работники выступают не от своего имени (как на маркетплейсе), а от имени платформы (что, например, выражается в униформе курьеров и брендировании автомобилей). Основной целью таких платформ является не предоставление инфраструктуры для взаимодействия пользователей (как в случае маркетплейса), а организация бесперебойного потока стандартизированных услуг, качество которых также задается и гарантируется платформой. В случае теневых корпораций цифровая платформа (как информационная система) является по сути структурным элементом системы управления персоналом, в качестве которого выступает внешняя рабочая сила, позволяющая компании гибко (в режиме реального времени) подстраиваться под изменчивый спрос и экономить на содержании собственного штата работников. Это радикальная реализация известной модели менеджмента «точно в срок» (just in time), основанной на «нулевых запасах» (в данном случае труда). Работник привлекается корпорацией ровно в тот момент, когда он нужен, и ровно на тот срок (в том числе буквально на несколько минут), когда требуется его труд. В этом отношении показательно высказывание Лукаса Бивальда, одного из основателей платформы CrowdFlower: «До изобретения интернета было очень сложно отыскать того, кто работал бы для тебя десять минут и кого можно было бы уволить через эти десять минут. Но с помощью технологии вы можете найти таких людей, заплатить им крошечную сумму, а затем избавиться от них, когда они больше не нужны» [Marvit 2014].

42

Как видно из табл. 1, платформы удаленной работы для фрилансеров (программистов, дизайнеров, консультантов и др.), так же как платформы личных и бытовых услуг (клининг, ремонт, садовые работы и др.), чаще всего организованы в виде маркетплейсов. Примером теневых корпораций являются сервисы такси и доставки, а также виртуальные колл-центры<sup>1</sup>. Так как речь идет скорее об идеальных типах, конкретные платформы укладываются в их рамки лишь с определенными оговорками<sup>2</sup>.

---

1 Подробный разбор кейса виртуальных колл-центров сделан нами ранее [Шевчук 2010]. Поэтому в данной статье мы его не затрагиваем.

2 В дальнейшем предложенный подход может быть усовершенствован путем построения двумерного пространства, которое будет лучше отражать многообразие трудовых платформ, чем жесткие дихотомии. В частности, известная платформа удаленной микроработы Amazon Mechanical Turk [Bergvall-Kåreborn & Howcroft 2014; Irani 2015] не внесена в Табл. 1 именно потому, что она, скорее всего, занимает промежуточное положение между маркетплейсом и теневой корпорацией. Детальный анализ институцио-

**Таблица 1. Типология и примеры трудовых платформ**  
**Table 1. Typology and examples of labour platforms**

Виды труда	Маркетплейс	Теневая корпорация
Удаленный труд	Биржи удаленной работы: Elance [Gandini, Pais, Beraldo 2016; Leung 2014], Odesk [Caraway 2010], Upwork [Popiel 2017] <sup>1</sup> , Freelancer [Hong, Pavlou 2013]	Виртуальные колл-центры: LiveOps [Netessine, Yakubovich 2012; Yakubovich et al. 2018]
Локальный труд	Биржи бытовых услуг: TaskRabbit [Hannak, Wagner, Garcia, Strohmaier, Wilson 2016; McHugh 2018], Helpling	Сервисы такси: Uber [Hall, Krueger 2018a; Rosenblat, Stark 2016], Lyft Сервисы доставки еды: Deliveroo, [Goods, Veen, Barratt 2019], Foodora, UberEATS, Caviar [Shapiro 2018]

Есть основания утверждать, что два разных типа платформ не только существенно отличаются друг от друга, но и имеют разные исторические корни. Другими словами, мы имеем дело с цифровизацией двух разных организационных логик и соответственно разных явлений на рынке труда. Историческим прообразом цифровых маркетплейсов служат физические пространства (площадь, угол дома, мост), известные людям как места краткосрочного найма, поденной работы (day labor) [Valenzuela 2003]. Теневые корпорации скорее действуют по принципу «рассеянной мануфактуры» (putting-out system), рассредоточенной системы сравнительно крупномасштабного производства, основанного на труде надомных работников [Дидерикс 1998: 106-107].

Обычно предполагается, что децентрализация организационных структур неизменно выливается в увеличение автономии работников, а современные информационно-коммуникационные технологии только способствуют этому процессу [Малоун 2006]. В случае теневых корпораций мы наблюдаем другую картину: децентра-

---

нального устройства и бизнес-моделей отдельных трудовых платформ с целью их позиционирования в рамках типологии также представляет важную исследовательскую задачу.

1 Биржа Upwork появилась в 2014 году в результате слияние Elance и Odesk.

лизация происходит при сохранении эффективной координации и контроля. Таким образом, на место прямой внутриорганизационной субординации приходит технологическая интеграция и алгоритмическое управление, благодаря которым становится возможным массовое производство стандартизированных услуг. В итоге мы имеем дело с весьма интересным явлением — потерей работниками трудовой автономии в условиях отсутствия формальной иерархии. С точки зрения трудовой автономии, работников в рамках теневых корпораций невозможно квалифицировать как самозанятых, однако не являются они и классическим случаем наемного персонала<sup>1</sup>. Еще до широкого распространения цифровых платформ за этой категорией работников, находящейся в своеобразной серой зоне, в литературе закрепились термины «зависимые самозанятые» или «зависимые подрядчики» [Шевчук 2010].

Далее на примере двух сюжетов, связанных с алгоритмическим управлением и ролью пользовательских рейтингов, мы попытаемся более рельефно показать как общие черты платформенной занятости, так и различия между двумя типами платформ. При этом детальный анализ конкретных платформ не входит в задачи данной статьи, а отдельные факты будут использоваться скорее в качестве иллюстративного материала.

44

## Когда твой босс — алгоритм

Цифровизация экономической и социальной жизни связана с повсеместным использованием алгоритмов, когда решения принимаются искусственным интеллектом на основе обработки больших массивов информации и исполняются в (полу)автоматическом режиме. В научной литературе разрабатывается понятие «алгоритмического управления», а также идеальный тип «алгократии» (al-gosgasy), которую наряду с рынком и бюрократией предлагается рассматривать как самостоятельный механизм координации [An-eesh 2009]. Рыночная координация связана с ориентацией на цены, а бюрократическое управление основано на соблюдении усвоенных в процессе социализации правил, гарантированном присутствием позитивных и негативных санкций. Алгоритмическое управление воплощается в запрограммированном дизайне самого трудового процесса, осуществление которого иным образом просто невозможно, и поэтому не зависит от степени лояльности и конформизма отдельного работника, эффективности системы поощрений и на-

---

1 Противоречивое положение этой категории работников становится предметом жарких дискуссий и в юридической литературе [McHugh 2018].



казаний, корпоративной культуры и т. п. Жесткий контроль за человеческими действиями здесь встроен в саму информационную систему. Именно алгоритмическое управление сделало возможным эффективное функционирование децентрализованных структур, основанных на труде множества людей, рассеянных в пространстве и недостижимых для традиционных бюрократических методов.

Во-первых, алгоритмы детально структурируют трудовой процесс, определяя характер, порядок и пределы возможных человеческих действий. В рамках теневых корпораций это является важным элементом управления. К примеру, у курьера в приложении высвечивается отдельный заказ и есть кнопки «принять» или «отклонить», но нет возможности выбрать заказ из имеющегося пула, обсудить цену или запросить дополнительную информацию. У курьера есть всего 10–15 секунд, чтобы принять заказ вслепую. Затем навигатор прокладывает маршрут до ресторана, где этот заказ необходимо забрать, но курьер по-прежнему не знает места доставки. Только после того, когда заказ окажется у курьера в руках, приложение сообщит ему маршрут до места назначения. Причем все эти действия необходимо совершить в рамках тайминга, рассчитанного алгоритмом [Goods et al. 2019; Shapiro 2018]. В рамках маркетплейсов деятельность работников не регламентируется столь жестким образом, хотя элементы алгоритмического управления, несомненно, присутствуют. Так, в одном из исследований бирж удаленной работы 72% респондентов сообщили, что могут выбрать и изменять порядок выполнения трудовых задач, а 74% — что могут выбрать или изменить свои методы работы [Wood, Graham, Lehdonvirta, Hjorth 2019: 65]<sup>1</sup>.

45

Во-вторых, на основе алгоритмов осуществляется автоматизация процессов. В случае платформ наиболее яркими примерами являются алгоритмический матчинг (matching), т. е. принудительный подбор контрагентов на основе анализа больших массивов информации и заданных правил соответствия, и автоматическое установление цены в зависимости от спроса и предложения, а также массы других факторов. Если на маркетплейсах дизайнеры или программисты, так же как и сантехники или электрики, могут выбирать себе проекты (задачи) и клиентов и даже иногда торговаться по поводу цены, то таксисты, курьеры, операторы виртуальных колл-центров в рамках теневых корпораций лишены такой возможности. В последнем случае, скорее, не работник выбирает работу, а она ему приписывается, что соответствует практикам традиционных организаций, а не самостоятельной занятости. С точки зрения тру-

1 На высокий уровень трудовой автономии фрилансеров указывают и другие исследования [Стребков и др. 2015: 136–139].

довой автономии, алгоритмическое управление не только лишает работников возможностей принятия решений, но, по сути, делает неизвестными правила игры, затрудняя стратегические действия.

Эмпирические исследования изобилуют примерами парадоксов и разочарований, с которыми сталкиваются работники такси или курьеры служб доставки, когда пытаются хотя бы в общих чертах разгадать принципы действия алгоритмов, чтобы получить преимущества в конкуренции за заказы или переиграть систему [Goods et al. 2019; Rosenblat, Stark 2016]. Дело не только в том, что сами алгоритмы чрезвычайно изощрены, но и в том, что они постоянно видоизменяются, в том числе в результате самообучения. Создатели платформ постоянно экспериментируют, пытаясь выстроить наиболее эффективную с их точки зрения систему матчинга спроса и предложения, а также создать необходимые стимулы для работников. В связи с этим в литературе отмечается, что работники Uber де-факто находятся в условиях величайшего в истории бихевиористского эксперимента [Muller 2020: 189]. В итоге работники испытывают на себе не только запланированное действие алгоритмов, но и всевозможные эксперименты, а также ошибки системы<sup>1</sup>.

46

В-третьих, важным следствием использования алгоритмов в теневых корпорациях является деперсонализация и дегуманизация управления. Дегуманизация здесь понимается в буквальном смысле: управление осуществляется без участия человека, в роли начальника выступает алгоритм. В традиционных организациях работник регулярно вступает во взаимодействие с менеджерами, может почувствовать поддержку, посоветоваться, оспорить решения, найти компромисс или просто поговорить по душам. Даже уклоняясь от прямого конфликта, работник знает в лицо своего «классового врага», который ежедневно выжимает из него пот на рабочем месте, и может ментально выплеснуть на него негативную энергию. В рамках платформ работник по всем возникающим вопросам должен обращаться в службу поддержки, где сидят такие же, как он, исполнители, озвучивающие прописанные алгоритмы действий в той или иной ситуации.

## Рейтинг как репутация и инструмент управления

Важным элементом экономических взаимодействий на цифровых платформах являются репутационные системы, основанные на вза-

---

1 Например, есть свидетельства, что Uber в целях тестирования алгоритмов может в идентичных случаях прокладывать разные маршруты или устанавливать разные цены, а также системным образом порождать неравенство среди работников [Bokányi, Hannák 2019; Muller 2020].

имном оценивании участников транзакции. На основе накопленных оценок формируются индивидуальные рейтинги пользователей. В случае маркетплейсов рейтинг выступает в качестве формализованной репутации, необходимой для установления доверия между сторонами. Высокий рейтинг делает работников более заметными на платформе (так как он алгоритмически учитывается в результатах поиска) и является индикатором профессионализма, что повышает шансы получить заказ [Gandini et al. 2016]. Поэтому начинающие фрилансеры порой работают бесплатно — «за отзывы». Серьезной проблемой является то, что накапливаемая трудовая история и репутация работника формируется в рамках конкретной платформы, создавая зависимость, что является еще одним проявлением власти платформ.

В случае теневых корпораций доверие к качеству услуги обеспечивается репутацией (брендом) самой платформы<sup>1</sup>, а рейтинг выступает чистым инструментом управления и контроля за работниками со стороны платформы. Клиентские оценки встроены в систему алгоритмического управления, что имеет серьезные последствия для работника. Во-первых, по-видимому, рейтинг учитывается при алгоритмическом распределении заказов, что может влиять как на количество, так и на качество доступной работы. Во-вторых, платформы устанавливают порог, при котором происходит автоматическая деактивация работника. Причем этот порог чрезвычайно высок (около 4,6 единиц по 5-балльной шкале в Uber), а клиенты зачастую не отдают себе отчет, что в рамках подобной системы оценка 4 из 5 является плохой, понижающей рейтинг [Rosenblat, Levy, Vagocas, Hwang 2017]. В-третьих, рейтинги содержат разнообразные смещения и учитывают факторы, находящиеся за пределами контроля работников. В рейтинге может отражаться эмоциональное состояние клиента, вызванное не относящимися к качеству услуги событиями или объективными обстоятельствами. Например, Uber признает, что в часы пик оценки снижаются [Rosenblat et al. 2017]. Кроме того, когда работник выступает от имени компании (как в случаях такси и доставки), неудовлетворенность работой платформы ложится на плечи работника (у клиентов нет возможности оценить работника и платформу отдельно). Например, технические сбои системы могут привести к задержкам выполнения заказа, неверному геопозиционированию и др. Наконец, оценки могут иметь откровенно дискриминационный характер, что является серьезной проблемой человеческих взаимодействий в рамках

1 Такой вариант развития событий был предсказан еще на заре развития трудовых платформ, задолго до появления Uber и подобных ему теневых корпораций [Autor 2001: 37].

цифровых платформ в целом. Но если в случае маркетплейсов расовая или гендерная дискриминация ухудшает позиции работника на рынке труда [Hannak et al. 2016], то в рамках теневых корпораций дискриминация через рейтинги (непреднамеренно) встраивается в систему алгоритмического управления и ведет за собой немедленные решения (например, угрожает деактивацией).

## Заключение

Цифровые платформы становятся важными действующими силами в постиндустриальной экономике, находясь в структурной позиции, где возможны значительные злоупотребления. В ситуации, когда правовое регулирование отстает от организационных инноваций, условия труда и благосостояние многих людей находятся в руках платформ: частных корпораций, которые фактически становятся регуляторами обособленных рынков труда. Эта проблема привлекает все большее внимание государственных органов, общественности и исследователей; развернулась широкая дискуссия о государственном и общественном контроле трудовых платформ<sup>1</sup>.

48

Наиболее жаркие споры идут о правовом статусе платформенных работников, включая необходимость введения специальной правовой категории [De Stefano 2015]. Не углубляясь в детали профессиональных юридических дискуссий, усложненных многообразием национальных правовых систем, стоит отметить, что освещаемые в данной статье вопросы трудовой автономии и контроля в рамках различных организационных решений, являются ключевыми для этой проблемы [Чесалина 2019]. Симптоматично, что многочисленные судебные процессы, оспаривающие классификацию платформенных работников как самозанятых, инициированы именно против теневых корпораций типа сервисов такси (Uber) и доставки (Deliveroo)<sup>2</sup>. Признание властных диспропорций приведет к тому, что на платформы будут возложены дополнительные социальные обязательства перед работниками, а работники добьются прав на объединение и коллективные действия<sup>3</sup>.

---

1 Хотя сейчас основной фокус смещен на платформы локального труда (типа служб такси и доставки), именно в случаях транснациональных рынков удаленной работы перспективы регулирования видятся наиболее проблематичными.

2 Исход подобных судебных разбирательств неодинаков, что свидетельствует об отсутствии консенсуса по этому поводу в среде юристов [Чесалина 2019].

3 Правовой статус самозанятых не предполагает такой возможности.

Другое направление дискуссий — реформирование системы социальных гарантий. Многие работники в целом удовлетворены условиями гибкой платформенной занятости, а потребители не готовы отказываться от удобных сервисов. Однако современные системы социальной защиты исторически ориентированы прежде всего на стандартную организационную занятость и во многом не покрывают самозанятых. Поэтому одно из решений заключается в предоставлении универсальных социальных гарантий независимо от статуса занятости.

Проблемы алгоритмического управления являются острыми, но не уникальными для трудовых платформ<sup>1</sup> и, видимо, будут решаться в рамках общего подхода к алгоритмам и персональным данным. На повестке дня противоречивый вопрос о раскрытии «черного ящика» алгоритмов, которые являются основой конкурентоспособности многих компаний и защищены коммерческой тайной. Скорее всего государствами будут введены определенные требования к раскрытию информации и, возможно, ограничения на использование самообучающихся алгоритмов в отдельных сферах<sup>2</sup>. Что касается рейтингов, то с учетом возможных дискриминационных эффектов ставится под сомнение их прямое использование для оценки деятельности работников и предлагаются модифицированные решения (например, валидация, перевешивание рейтингов и др.) [Rosenblat et al. 2017]. Некоторые критики полагают, что бизнес-модель трудовых платформ изначально основана на эксплуатации правовых ниш и поэтому в перспективе нежизнеспособна [Срничек 2019]. Усиление государственного регулирования, несомненно, серьезно модифицирует существующие практики (особенно это касается теневых корпораций), однако вряд остановит общее развитие цифровых платформ как новой формы экономической организации на рынке труда. Вызов, как всегда, заключается в том, чтобы сделать технологические и организационные инновации социально приемлемыми, что требует прежде всего их глубокого изучения, в том числе в рамках социологии труда.

- 
- 1 Достаточно вспомнить недавние скандалы с дискриминационным эффектом алгоритмов, обнаруженном при определении лимита кредитных карт Apple и процедуре найма персонала в компании Amazon.
  - 2 Некоторые исследователи настаивают (на юридически неоднозначном) самостоятельном сборе данных о деятельности трудовых платформ (например, с помощью парсинга) с целью социального аудита [Bokányi, Hannák 2019; Hannák et al. 2016].

## Библиография / References

Дидерикс Г.А., Линдблад И.Т., Ноордам Д.И. и др. (1998) *От аграрного общества к государству всеобщего благосостояния*, М.: Российская политическая энциклопедия.

— Diederiks H.A., Lindblad J.T., Noordam D.J. et al. (1998) *From an agrarian society to a welfare state*, М.: Russian Political Encyclopedia. — in Russ.

Крауч К. (2019) Восторжествует ли гигэномика? *Экономическая Социология*, 20 (4): 70–77.

— Crouch C. (2019) Will the Gig Economy Prevail? *Economic Sociology*, 20 (4), 70–77. — in Russ.

Малоун Т.У. (2006) *Труд в новом столетии. Как новые формы бизнеса влияют на организации, стиль управления и вашу жизнь*, М.: Олимп-Бизнес.

— Malone T. W. (2006) *The Future of Work: How the New Order of Business Will Shape Your Organization, Your Management Style, and Your Life*, М.: Olympus Business. — in Russ.

Маркс К. (1985) Наемный труд и капитал. *Маркс Ф. Энгельс. Избранные сочинения в 9 томах*. Т. 3: 193–217, М: Политиздат.

— Marx K. (1985) Wage Labour and Capital. *Marx M., Engels F. Selected works in 9 volumes*. Vol. 3: 193–217. — in Russ.

Пинк Д. (2005) *Нация свободных агентов: как новые независимые работники меняют жизнь Америки*, М: Секрет фирмы.

— Pink D. (2005) *Free Agent Nation: How America's New Independent Workers Are Transforming the Way We Live*, М: The secret of the firm. — in Russ.

Сизова И.Л., Хусьяинов Т.М. (2018) Уберизация и формирование сетевой структуры занятости. *Известия Тульского государственного университета. Гуманитарные науки*, (1): 80–88.

— Sizova I.L., Khusyainov T.M. (2018) Uberization and the formation of a network structure of employment. *Bulletin of Tula State University. Humanities*, (1): 80–88. — in Russ.

Срничек Н. (2019) *Капитализм платформ*, М: ИД ВШЭ.

— Srnicek N. (2019) *Platform Capitalism*, М: HSE. — in Russ.

Стребков Д.О., Шевчук А.В., Спирина М.О. (2015). *Развитие русскоязычного рынка удаленной работы, 2009–2014 гг. (По результатам переписи фрилансеров)*, М: ИД ВШЭ.

— Strebkov D.O., Shevchuk A.V., Spirina M.O. (2015). *Development of the Russian-language market for remote work, 2009–2014 (According to the Freelancer Census)*, М: HSE Publishing House. — in Russ.

Хэнди Ч. (2001) *Время безрассудства. Искусство управления в организации будущего*, СПб: Питер.

— Handy C.V. (2001) *The Age of Unreason*, SPb: Peter. — in Russ.

Чесалина О.В. (2019) Работа посредством интернет-платформ как вызов трудовому правоотношению. *Трудовое право в России и за рубежом*, 1: 14–17.

- Chesalina O.V. (2019) Work through online platforms as a challenge to the employment relationship. *Labor Law in Russia and Abroad*, 1: 14-17. — in Russ.
- Шевчук А.В. (2008) Самозанятость в информационной экономике: Основные понятия и типы. *Экономическая социология*, 9 (1): 51-64.
- Shevchuk A.V. (2008) Self-employment in the information economy: Basic concepts and types. *Economic Sociology*, 9 (1): 51-64. — in Russ.
- Шевчук А. В. (2010) Границы автономии: Феномен «зависимой» самозанятости. *Социологический журнал*, 3: 35-51.
- Shevchuk, A.V. (2010). The boundaries of autonomy: The phenomenon of “dependent” self-employment. *Sociological Journal*, (3): 35-51. — in Russ.
- Abraham K G., Haltiwanger J.C., Sandusky K., Spletzer J.R. (2018) *Measuring the Gig Economy: Current Knowledge and Open Issues* (Working Paper No. 24950).
- Aneesh A. (2009) Global Labor: Algocratic Modes of Organization. *Sociological Theory*, 27 (4): 347-370.
- Ashford S.J., George E., Blatt R. (2007) Old Assumptions, New Work. The Opportunities and Challenges of Research on Nonstandard Employment. *The Academy of Management Annals*, 1 (1): 65-117.
- Autor D.H. (2001) Wiring the Labor Market. *Journal of Economic Perspectives*, 15 (1): 25-40.
- Berg J. (2016) Income Security in the On-Demand Economy: Findings and Policy Lessons from a Survey of Crowdworkers. *Comparative Labor Law & Policy Journal*, 37 (3): 543.
- Berg J., Johnston H. (2018) Too Good to Be True? A Comment on Hall and Krueger’s Analysis of the Labor Market for Uber’s Driver-Partners: *ILR Review*.
- Bergvall-Kåreborn B., Howcroft D. (2014) Amazon Mechanical Turk and the modification of labour. *New Technology, Work and Employment*, 29 (3): 213-223.
- Bokányi E., Hannák A. (2019) Ride-share matching algorithms generate income inequality. *ArXiv Preprint ArXiv:1905.12535*. (<https://arxiv.org/abs/1905.12535>)
- Brancati C.U., Pesole A., Fernández-Macías E. (2019) *Digital Labour Platforms in Europe: Numbers, Profiles, and Employment Status of Platform Workers*, Luxembourg: Publications Office of the European Union.
- Cappelli P. (1999) *The New Deal at Work: Managing the Market-Driven Workforce*, Boston: Harvard Business Press.
- Caraway B. (2010) Online labour markets: An inquiry into oDesk providers. *Work Organisation, Labour and Globalisation*, 4 (2): 111-125.
- Codagnone C., Karatzogianni A., Matthews J. (2018) *Platform Economics: Rhetoric and Reality in the “Sharing Economy”*, Bingley: Emerald Group Publishing.
- Connelly C.E., Gallagher D.G. (2006) Independent and dependent contracting: Meaning and implications. *Human Resource Management Review*, 16 (2): 95-106.
- De Groen W.P., Kilhoffer Z., Lenaerts K., Mandl I. (2018) *Employment and working conditions of selected types of platform work*, Luxembourg: Publications Office of the European Union.



- De Stefano V. (2015) The rise of the just-in-time workforce: On-demand work, crowd-work, and labor protection in the gig-economy. *Comparative Labor Law and Policy Journal*, 37 (3): 461–471.
- Dyer-Witheford N. (2015) *Cyber-Proletariat: Global Labour in the Digital Vortex*, London: Pluto Press.
- Fernández-Macías E. (2018) *Automation, digitalisation and platforms: Implications for work and employment*, Luxembourg: Publications Office of the European Union.
- Friedman G. (2014) Workers without employers: Shadow corporations and the rise of the gig economy. *Review of Keynesian Economics*, 2 (2): 171–188.
- Gandini A. (2019) Labour process theory and the gig economy. *Human Relations*, 72 (6): 1039–1056.
- Gandini A., Pais I., Beraldo D. (2016) Reputation and trust on online labour markets: The reputation economy of Elance. *Work Organisation, Labour & Globalisation*, 10 (1): 27–43.
- Goods C., Veen A., Barratt T. (2019) “Is your gig any good?” Analysing job quality in the Australian platform-based food-delivery sector. *Journal of Industrial Relations*, 61 (4): 502–527.
- Graham M., Anwar M. A. (2019) The global gig economy: Towards a planetary labour market? *First Monday*, 24 (4).
- 52 Hall J.V., Krueger A.B. (2018a) An Analysis of the Labor Market for Uber’s Driver-Partners in the United States. *ILR Review*, 71 (3): 705–732.
- Hall J.V., Krueger A.B. (2018b) Reply to the Comment by Berg and Johnston: *ILR Review*
- Hannák A., Wagner C., Garcia D., Strohmaier M., & Wilson C. (2016) Bias in Online Freelance Marketplaces: Evidence from Task Rabbit. Paper presented at the Workshop on Data and Algorithmic Transparency, New York: University Law School (<http://datworkshop.org/papers/dat16-final22.pdf>)
- Hong Y., Pavlou P.A. (2013) *Online Labor Markets: An Informal Freelancer Economy*. The IBIT Report, Philadelphia: Institute for Business and Information Technology.
- Howcroft D., Bergvall-Kåreborn B. (2019) A Typology of Crowdwork Platforms. *Work, Employment and Society*, 33 (1): 21–38.
- Huws U. (2009) The making of a cybertariat? Virtual work in a real world. *Socialist Register*, 37 (37).
- Huws U. (2016) Logged labour: A new paradigm of work organisation? *Work Organisation, Labour and Globalisation*, 10 (1): 7.
- Huws U., Spencer N., Coates M., Sverre Syrdal D., Holts K. (2019) *The Platformisation Of Work In Europe: Results from research in 13 European countries*, Brussels: Foundation for European Progressive Studies.
- Irani L. (2015) The cultural work of microwork. *New Media & Society*, 17 (5): 720–739.
- Kalleberg A.L. (2009) Precarious Work, Insecure Workers: Employment Relations in Transition. *American Sociological Review*, 74 (1): 1–22.
- Kalleberg A.L., Dunn M. (2016) Good jobs, bad jobs in the Gig Economy. *Perspectives on Work*, 20 (1–2): 10–14.

- Kalleberg A.L., Reynolds J., Marsden P.V. (2003) Externalizing employment: Flexible staffing arrangements in US organizations. *Social Science Research*, 32 (4): 525-552.
- Kenney M., Zysman J. (2016) The rise of the platform economy. *Issues in Science and Technology*, 32 (3): 61-69.
- Leung M.D. (2014) Dilettante or Renaissance Person? How the Order of Job Experiences Affects Hiring in an External Labor Market. *American Sociological Review*, 79 (1); 136-158.
- Malone T.W., Laubacher R.J. (1998) The Dawn of the E-Lance Economy. *Harvard Business Review*, 76 (5): 144-152.
- Malone T.W., Laubacher R.J., Johns T. (2011) The Age of Hyper Specialization. *Harvard Business Review*, 89 (7/8); 56-65.
- Marvit M.Z. (2014) How crowdworkers became the ghosts in the digital machine. *The Nation*, 8 (268): 18-25.
- McHugh J.W. (2018) Looking Through the (Mis) Classifieds: Why TaskRabbit is Better Suited than Uber and Lyft to Succeed Against a Worker Misclassification Claim. *Cleveland State Law Review*, 66 (3): 649-676.
- Muller Z. (2020) Algorithmic Harms to Workers in the Platform Economy: The Case of Uber. *Columbia Journal of Law and Social Problems*, 53 (167-210): 2.
- Netessine S., Yakubovich V. (2012, May 1) The Darwinian Workplace. *Harvard Business Review* (May).
- Popiel P. (2017) "Boundaryless" in the creative economy: Assessing freelancing on Upwork. *Critical Studies in Media Communication*, 34 (3): 220-233.
- Prassl J., Risak M. (2015) Uber, taskrabbit, and co.: Platforms as employers-rethinking the legal analysis of crowdwork. *Comparative Labor Law and Policy Journal*, 37 (3); 604-619.
- Rosenblat A., Levy, K.E.C., Barocas S., Hwang T. (2017) Discriminating Tastes: Uber's Customer Ratings as Vehicles for Workplace Discrimination. *Policy & Internet*, 9 (3): 256-279.
- Rosenblat A., Stark L. (2016) Algorithmic Labor and Information Asymmetries: A Case Study of Uber's Drivers. *International Journal of Communication*, 10: 3758-3784.
- Shapiro A. (2018) Between autonomy and control: Strategies of arbitrage in the "on-demand" economy. *New Media & Society*, 20 (8): 2954-2971.
- Standing G. (2015). Taskers: The Precariat in the On-Demand Economy (<https://workingclassstudies.wordpress.com/2015/02/16/taskers-the-precariat-in-the-on-demand-economy-part-one/>) (Retrieved: February 7, 2020)
- Sundararajan A. (2016) *The Sharing Economy: The End of Employment and the Rise of Crowd-Based Capitalism*, Cambridge: MIT Press.
- Terranova T. (2000) Free labor: Producing culture for the digital economy. *Social Text*, 18 (2): 33-58.
- Valenzuela A. (2003) Day labor work. *Annual Review of Sociology*, 29 (1): 307-333. (<https://doi.org/10.1146/annurev.soc.29.010202.100044>)
- Yakubovich V., Galperin R.V., El Mansouri M. (2018) *Timing Is Money: The Flexibility and Precariousness of Login Employment*. Working Paper (<https://papers.ssrn.com/abstract=3247017>)

**Рекомендация для цитирования:**

Шевчук А.В. (2020) От фабрики к платформе: автономия и контроль в цифровой экономике. *Социология власти*, 32 (1): 30-54.

**For citations:**

Shevchuk A.V. (2020) From Factory to Platform: Autonomy and Control in the Digital Economy. *Sociology of Power*, 32 (1): 30-54.

Поступила в редакцию: 17.01.2020; принята в печать: 29.01.2020

Received: 17.01.2020; Accepted for publication: 29.01.2020