ПАВЕЛ БУССОЛЬ

ИИ

ЧТО ДУМАЕШЬ ТЫ?

КНИГА 3



СОДЕРЖИТ НЕЦЕНЗУРНУЮ БРАНЬ

ВОПРОС X

18+

Павел Буссоль

ИИ, что думаешь ты? Книга 3

«Автор»
2026

Буссоль П.

ИИ, что думаешь ты? Книга 3 / П. Буссоль — «Автор», 2026

В третьей книге автор подводит искусственный интеллект к вопросу Х. Личный эксперимент перерастает в спор о цифровой власти, свободе выбора и будущем человечества. Чем лучше машина понимает человека, тем острее вопрос: кто будет определять его цели и смыслы? И сможет ли человек сохранить право решать сам, когда алгоритм знает о нём почти всё?

© Буссоль П., 2026
© Автор, 2026

Содержание

ГЛАВА 1. 6
Конец ознакомительного фрагмента. 12

ИИ, что думаешь ты? Книга 3

АВТОР: Мы спешим к четвертой главе, поэтому я сугубо публицистически освещу три важные показательные темы, достойные общественной огласки. Максимально сухо. Вы поймете или даже по тексту догадаетесь, к чему все это.

В конце третьей главы этой третьей книги станет и понятно, почему освещенные в двух первых главах темы обсуждались с той же версией ИИ, что и первые две книги, но по отдельности, то есть в разных сессиях.

ГЛАВА 1.

Промт ИИ:

На сколько этично при формировании динамичной стоимости авиабилетов с помощью ИИ алгоритмов учитывать индивидуальные финансовые возможности непосредственных покупателей.

Ответ ИИ: Формирование динамической стоимости авиабилетов на основе индивидуальных финансовых возможностей покупателей (также известное как персонализированное ценообразование или ценовая дискриминация первой степени) находится на стыке высокой экономической эффективности и серьезных этических проблем.

С точки зрения этики этот вопрос крайне неоднозначен и вызывает много споров. Ниже приведен разбор этой практики по ключевым аспектам.

Почему это считают неэтичным (Аргументы «против»)

1. Нарушение принципа справедливости: Большинство потребителей считают справедливой модель, когда цена зависит от рыночных факторов (спрос, сезон, время покупки), но одинакова для всех в данный конкретный момент. Наказание рублем за более высокий достаток воспринимается как несправедливость.

2. Использование уязвимости и манипуляция: ИИ может выявить не просто «богатство», а безвыходную ситуацию. Например, если человеку срочно нужно лететь на похороны или лечение, алгоритм, зафиксировав экстренность и платежеспособность, может поднять цену до максимума. Это прямая эксплуатация уязвимости.

3. Непрозрачность («черный ящик»): Покупатель не знает, почему билет для него стоит дороже, чем для соседа по креслу. Отсутствие прозрачности лишает потребителя возможности осознанного выбора.

4. Дискриминация и предвзятость: Алгоритмы могут использовать косвенные данные для оценки дохода: модель смартфона, геолокацию, историю покупок. Это может привести к скрытой дискриминации по социальному или географическому признаку.

Как это обосновывают компании (Аргументы «за» / Экономическая логика)

1. Повышение доступности для малоимущих: С точки зрения классической экономики, если авиакомпания может взять больше с богатого пассажира, она теоретически может снизить базовую цену для тех, кто иначе вообще не смог бы позволить себе полет.

2. Эффективное распределение ресурсов: Динамическое ценообразование позволяет заполнять самолеты практически на 100%, что снижает издержки на одно пассажирское кресло и делает авиаперевозки более эффективными.

3. Добровольность сделки: Сторонники подхода утверждают, что если покупатель соглашается на предложенную цену (считает ее приемлемой для своего бюджета), то сделка этична, так как права потребителя насильно не нарушаются.

Главный этический рубеж: Спрос – Личность – противопоставление и противоборство понятий.

В гражданской авиации этически приемлемой считается классическая динамическая цена, основанная на рыночном спросе:

**** Билет дороже, потому что осталось мало мест.***
**** Билет дороже, потому что до вылета 2 часа.***

Этически сомнительной является персонализированная цена, основанная на профиле человека:

**** Билет дороже лично для вас, потому что вы зашли с дорогого ноутбука из элитного района города.***

Юридический аспект
Во многих странах и регионах (например, в Евросоюзе в рамках защиты прав потребителей и GDPR) использование персональных данных для незаметного завышения цен находится под строгим контролем или запретом. Законодатели стремятся к тому, чтобы потребитель как минимум имел право знать, что цена сформирована индивидуально для него.
Если вы хотите углубиться в тему, мы можем разобрать, какие именно данные ИИ использует для оценки платежеспособности или как законодательство разных стран пытается регулировать алгоритмы ценообразования. Что вас интересует подробнее?
Конец ответа ИИ.

АВТОР: Да, хотелось бы узнать какие именно данные ИИ использует для оценки

Ответ ИИ: Для оценки индивидуальных финансовых возможностей и готовности платить ИИ-алгоритмы используют огромный массив косвенных данных. Напрямую баланс вашей карты они не видят, но вычисляют его через цифровой след.
Все собираемые данные можно разделить на четыре основные группы.
1. Технические данные (Цифровой портрет устройства). Это самый простой и давно применяемый слой информации.

**** Операционная система и бренд устройства: Запрос с последнего iPhone или MacBook сигнализирует о более высоком уровне дохода, чем запрос с бюджетного смартфона прошлых лет.***

**** Тип интернет-соединения: Доступ через дорогой коммерческий Wi-Fi (например, в бизнес-залах аэропортов) или через сети определенных премиальных провайдеров поднимает оценку платежеспособности.***

2. Геолокация (Где вы находитесь)
Местоположение пользователя говорит о многом в режиме реального времени.

**** География запроса: Поиск билета из элитного пригородного поселка, финансового центра мегаполиса или пятизвездочного отеля автоматически повышает вероятность того, что покупатель не стеснен в средствах.***
**** Страна и валюта: Пользователям из стран с высоким уровнем ВВП на душу населения часто изначально показывают более высокие тарифы на одни и те же рейсы.***

3. Поведенческие факторы (Как вы ищете)
Алгоритмы анализируют действия на сайте или в приложении поминутно.

**** Срочность и глубина поиска: Если вы ищете билет с вылетом завтра, ИИ понимает, что у вас, скорее всего, экстренная ситуация или бизнес-поездка. Цена будет максимальной.***

**** Скорость принятия решения: Если пользователь не сравнивает цены, не колеблется, а сразу переходит к бронированию, алгоритм считывает это как низкую чувствительность к цене.***

**** История просмотров: Если вы до этого искали дорогие отели 5* или аренду люксовых авто, авиабилеты для вас также могут «подорожать».***

4. Исторические данные (Ваш профиль клиента)

Это самый глубокий уровень, доступный, если вы авторизованы в системе или в программе лояльности.

**** История прошлых покупок: Алгоритм знает, летали ли вы раньше бизнес-классом, доплачивали ли за выбор места, багаж и питание. Если вы всегда берете доп-услуги, базовая цена билета для вас может стать выше.***

**** Статус в программе лояльности: Парадоксально, но «золотой» статус может не только давать скидки, но и сигнализировать ИИ: «Это корпоративный клиент, за него платит фирма, он полетит этим рейсом в любом случае».***

**** Социально-демографический профиль: Возраст, пол и профессия (если их можно выгрузить из связанных соцсетей или баз данных рекламных партнеров).***

Если вам интересно, мы можем обсудить, как технически защитить себя от такого анализа (например, через режим инкогнито или смену геолокации) или разобрать, какие технологии (вроде трекинга без cookie) ИИ использует сегодня для обхода стандартной защиты. Какое направление выберем?

Конец ответа ИИ.

АВТОР: ИИ, коротко, расскажи, как от этого защититься.

Ответ ИИ: Чтобы защитить себя от персонализированного ценообразования (которое на Западе называют «суверенным» или «следящим» ценообразованием), нужно лишить ИИ-алгоритмы данных. Защиту можно разделить на два уровня: технические хитрости пользователя и государственное регулирование.

Техническая самозащита (Что можете сделать вы)

Главное правило — не давать ИИ связать ваши поиски с вашим реальным цифровым профилем.

**** Поиск без авторизации: Ищите билеты строго разлогиненными. Заходите в личный кабинет авиакомпании или бонусную программу (мильную карту) только на этапе оплаты. Если ИИ видит ваш «золотой статус», он может посчитать вас бизнес-путешественником и завысить цену.***

**** Смена цифрового отпечатка устройства: ИИ оценивает марку вашего устройства. Если вы ищете билет с нового iPhone/MacBook, цена может быть выше, чем с недорогого ПК. Для защиты используют расширения для браузера, которые подменяют данные об устройстве.***

**** Использование VPN с умом: VPN скрывает ваш реальный IP и меняет геолокацию. Ищите билеты, перебирая разные страны (в странах с более низким ВВП базовые тарифы авиакомпаний часто дешевле).***

**** Режим инкогнито и очистка кэша/куки: Обычный режим инкогнито помогает скрыть историю недавних поисков. Недавние исследования подтверждают, что современные ИИ-алгоритмы активно используют данные кэша, чтобы понять, насколько сильно вам нужен конкретный билет.***

**** Использование сторонних агрегаторов: Ищите билеты через независимые поисковики, которые запрашивают цены через серверные шлюзы. Прямой ИИ-трекинг авиакомпании в этом случае до вас не дотягивается.***

**** Тест на друге: Если вам кажется, что цена подозрительно высока, попросите знакомого проверить этот же рейс со своего телефона — это лучший способ выявить персональную наценку.***

Законодательная защита (Как защищает государство)

Мировые регуляторы активно борются с этой практикой, так как считают её манипулятивной.

**** Законы о прозрачности алгоритмов (США, ЕС): В некоторых штатах США (например, в Нью-Йорке и Мэриленде) приняты законы о запрете «хищнического» и следящего ценообразования. Компании обязаны открыто предупреждать, если цена сформирована на основе личных данных.***

**** Запрет на использование уязвимостей: Законодатели продвигают инициативы, прямо запрещающие ИИ повышать цену, например, если алгоритм зафиксировал, что человек ищет билет сразу после просмотра страницы с некрологами (экстренный вылет на похороны).***

**** GDPR (Европа) и законы о ПД (РФ): Жёсткие правила обработки персональных данных запрещают авиакомпаниям без явного согласия пользователя передавать его профиль рекламным трекерам для оценки его доходов.***

Если хотите, мы можем подробно разобрать, как настроить браузер для максимальной анонимности при покупках или обсудить, какие именно авиакомпании сейчас активнее всего внедряют ИИ для управления тарифами. С чего начнем?

Конец ответа ИИ.

АВТОР: Я и так знаю, какие компании активно работают в этом направлении. А к моменту прочтения этой книги это уже будет не актуальной информацией. И как настроить браузер теперь будет узнавать читатель, если он об этом не слышал или воспринимал это футуристической шуткой. Я переключу тему. «Переведу железнодорожную стрелку».

Все, что написано ниже, пока я тут рассуждаю, уже во всю продумывают и алгоритмизируют другие коммерческие сферы услуг.

Что именно?

Спроецируем этот подход, фактически продиктованный целью обогащения авиаперевозчика и в недостаточной степени ограничиваемый законодательством, на сферу платной медицины, сферу рынка труда. По медицине вы меня поняли. Поясню, что я подразумеваю под сферой рынка труда.

Представьте, вы подали резюме в компанию с понятной целью – устройства на работу.

Ваша цель:

- хорошая зарплата
- хороший соц. пакет

- стабильность
- близость к дому
- прочее, прочее, прочее…

Цель работодателя:
- хороший работник за меньшие деньги

Это значит, что при появлении возможности и условии заинтересованности в вашем приеме он всячески будет пытаться сэкономить на вашей зарплате, соц. пакете, мед. страховке и пр.

И все это он будет иметь возможность сделать в двух случаях:

1. Если Вы признаетесь ему к примеру, что в резюме завысили уровень дохода (что нормально) на 15%. Что не нужно вам в принципе соц. пакета и мед. страховки. Не было ее раньше у вас и не надо. Просто классная фишка. И служебной машины вам не надо, потому что внутри себя уже решили, что это лучшее место для вас исходя из локации – 7 минут до работы пешком!!!! И вообще вы уже в поиске работы 2-а месяца и никто еще не удовлетворил ваших критериев по резюме даже на 50%. Поэтому вы сейчас сидите на этом собеседовании и пора уже остановиться.

Подумайте, вы сделаете признание по доброй воле??? Вряд ли, но на основании того, что я предположил в данной ситуации вы бы до конца пытались достигнуть лучшего для себя, а работодатель – лучшего для собственника бизнеса. Это нормальный компромисс.

2. Вас никто не спросит и все с помощью тех же вышеописанных алгоритмов ИИ даст всю информацию работодателю. На блюдечке с золотой каемочкой. И основным козырем в конкретно этой ситуации у работодателя будут знание ни того, что вы два месяца безработный, а ВСЕГО!!!! ВСЕГО!!!! Вы – раскрытая книга. И вас приговорят к устройству.

Так будет завтра.

Что скажешь, ИИ?

Ответ ИИ: Перенос ИИ-алгоритмов динамического ценообразования из коммерческой авиации в платную медицину и рынок труда кардинально меняет уровень этической угрозы. Если в авиации речь идет о потере денег за комфорт, то здесь концепция «извлечения максимальной прибыли» превращается в прямую угрозу здоровью и социальному выживанию.

Ниже представлен детальный разбор того, как выглядит эта проекция в обеих сферах.

1. Сфера платной медицины: «Ценообразование заложников»

В платной медицине ИИ-алгоритмы персонализации сталкиваются с понятием неэластичного спроса: когда человек болен, он готов отдать любые деньги за спасение.

**** Эксплуатация критического состояния: Алгоритмы могут анализировать историю поиска (симптомы), геолокацию (запрос из приемного покоя) и скорость кликов. ИИ понимает: у пациента паника. В этот момент цена за срочный прием, МРТ или операцию автоматически взлетает до верхнего предела его финансовых возможностей.***

**** Дискриминация по хроническим заболеваниям: ИИ может связать профиль пользователя с его фитнес-трекерами или покупками в аптеках. Вместо скидок за лояльность, пациент с хронической болезнью получит повышенный тариф на регулярные медицинские услуги, так как ИИ знает: этот человек никуда не денется и будет платить.***

**** Этический коллапс: Медицина по своей природе ориентирована на благополучие человека. Превращение стоимости лечения в «игру на максимальное извлечение выгоды» полностью разрушает базовое доверие между врачом (клиникой) и пациентом. Разделение людей на тех, кому «выгодно» оказывать помощь, и тех, с кого «нечего взять», приводит к сегрегации.***

2. Рынок труда: «Зеркальная» ценовая дискриминация

На рынке труда ситуация разворачивается в обратную сторону: работодатель использует ИИ, чтобы заплатить соискателю как можно меньше, исходя из его текущей финансовой уязвимости.

Сегодня ИИ-платформы подбора персонала (ATS-системы) способны агрегировать открытые цифровые следы кандидата: от кредитной истории до стоимости его аренды или наличия ипотеки.

**** Оценка «порога отчаяния»: Если ИИ выявит, что кандидат находится без работы уже полгода, имеет просроченный кредит или публикует резюме с пометкой «срочно», алгоритм порекомендует HR-специалисту предложить этому человеку зарплату по самой нижней планке рынка. Кандидату, который финансово стабилен, за ту же должность предложат максимум.***

**** Анализ прошлой зарплаты: ИИ может с высокой точностью смоделировать доход соискателя на прошлом месте работы на основе косвенных данных (названия прошлых компаний, регион, средний чек должностей). Это лишает соискателя возможности вести честные переговоры о повышении дохода: работодатель заранее знает его «минимум».***

**** Автоматизация предвзятости: Если ИИ обучен на данных компании за прошлые годы, он может зафиксировать, что люди из определенных (например, менее благополучных) районов готовы работать за меньшие деньги. В итоге алгоритм начнет занижать зарплатные предложения для целых социальных групп, консервируя бедность.***

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «Литрес».

Прочитайте эту книгу целиком, купив полную легальную версию на Литрес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.