

Το 2017 ήταν κακό για τη Facebook. Το 2018 θα είναι χειρότερο

18/Δεκ/2017 00:17



Του **Leonid Bershidsky**

Η Facebook αναμένεται να ενισχύσει τις πωλήσεις της κατά 46% και να διπλασιάσει τα κέρδη της, αλλά μη γελιέστε: είχε μία απαίσια χρονιά. Παρά τις οικονομικές της επιδόσεις, ο κολοσσός των κοινωνικών δικτύων αντιμετωπίζει μία πρόκληση το 2018, καθώς οι ρυθμιστικές αρχές τον "περικυκλώνουν" από διάφορα μέτωπα.

Το κύριο ζήτημα πηγάζει από τον ίδιο τον πυρήνα της εταιρείας: Αντί να "οικοδομήσουμε μια παγκόσμια κοινότητα", όπως περιγράφει ο ιδρυτής της Facebook Mark Zuckerberg την αποστολή της εταιρείας, το μέσο "διαλύει τον κοινωνικό ιστό". Αυτά είναι τα λόγια του Chamath Palihapitiya, του πρώην αντιπροέδρου ανάπτυξης χρηστών της εταιρείας. Δεν επιτρέπει στα παιδιά του να χρησιμοποιούν την εφαρμογή, επειδή δεν θέλει να γίνουν σκλάβοι κάποιων "βραχύβιων κυκλωμάτων επικοινωνίας, που κυριαρχούνται από τη ντοπαμίνη".

Ηκριτική του Paliharitya αντικατοπτρίζει αυτή του πρώτου προέδρου της Facebook, Sean Parker: "Αλλάζει κυριολεκτικά τη σχέση σας με την κοινωνία, τις σχέσεις μεταξύ των ατόμων... Ένας Θεός ξέρει τι κάνει στους εγκεφάλους των παιδιών μας".

ΗFacebook αντέδρασε νευρικά στις κατηγορίες του Paliharitya, λέγοντας ότι δεν εργαζόταν στην εταιρεία για μεγάλο χρονικό διάστημα (έφυγε το 2011) και δεν γνώριζε τις πρόσφατες πρωτοβουλίες της. Αλλά δεν βλέπω πρακτικές εκδηλώσεις αυτών των προσπαθειών ως χρήστης που έχει φέτος δραστικά μειώσει την ενασχόλησή του με την κοινωνική δικτύωση, ακριβώς για τους ίδιους λόγους που ανέφεραν ο Parker και ο Paliharitya.

Στους ανθρώπους εκτός της εταιρείας και στους ρυθμιστές, η Facebook μοιάζει με έναν επικίνδυνο πάροχο άμεσης ευχαρίστησης σε ένα χώρο που ξαφνικά έχει καταστεί ζωτικής σημασίας για την υγεία της κοινωνίας. Επίσης, καθιστά τη βία και την επιθετικότητα πολύ εύκολες -όπως ανέφερε και η Επιτροπή Δεοντολογίας της Δημόσιας Ζωής του Ηνωμένου Βασιλείου σε έκθεσή της που δημοσιεύθηκε την Τετάρτη. Ηχώντας ένα από τα πιο δυνατά καμπανάκια συναγερμού στα κοινωνικά μέσα ενημέρωσης, η επιτροπή παρότρυνε τον πρωθυπουργό να υποστηρίξει τη νομοθεσία για τη "μετατόπιση της ισορροπίας της ευθύνης για παράνομο περιεχόμενο στις εταιρείες κοινωνικών μέσων δικτύωσης".

Ενώαυτή της Facebook παραμένει η μεγαλύτερη πλατφόρμα, η Google και η Twitter αντιμετωπίζουν παρόμοια πίεση από τις κυβερνήσεις στις ΗΠΑ και στην Ευρώπη. Η Γερμανία θέσπισε ένα νόμο που απαιτεί από τα κοινωνικά δίκτυα να απομακρύνουν αμέσως τη ρητορική μίσους, αλλιώς θα τους επιβληθούν πρόστιμα. Στις ΗΠΑ, οι δραστηριότητες μίας ρωσικής διαδικτυακής ομάδας "τρολ" κατά τη διάρκεια της προεκλογικής εκστρατείας του 2016 οδήγησαν σε λεπτομερή εξέταση των πρακτικών διαφήμισης της Facebook και μιας (μάλλον αδέξιας) νομοθετικής προσπάθειας να επιβληθεί κάποια διαφάνεια.

Ηφορολογία είναι ένας άλλος τομέας στον οποίο στοχεύουν οι ρυθμιστικές αρχές, ειδικά στην Ευρώπη. Η Facebook, όπως και η Google, εγγράφει σχεδόν όλα της τα εκτός ΗΠΑ έσοδα στην Ιρλανδία όπου επιβάλλονται χαμηλότεροι εταιρικοί φορολογικοί συντελεστές και καταβάλλει το μεγαλύτερο μέρος τους σε ένα φορολογικό παράδεισο για τη χρήση δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας. Αυτή η πρακτική οδήγησε σε έναν πραγματικό φορολογικό συντελεστή 10,1% για τη Facebook στο τρίτο τρίμηνο του 2017.

Φέτος, οι κορυφαίες ευρωπαϊκές οικονομίες, με ηγέτιδες τη Γαλλία, τη Γερμανία, την Ιταλία και την Ισπανία, ζήτησαν την επιβολή φόρου κύκλου εργασιών από τις αμερικανικές εταιρείες τεχνολογίας για να αντισταθμίσουν την φοροδιαφυγή τους. Αυτή η κίνηση που φανέρωσε τον "θυμό" τους, απέτυχε να υποστηριχτεί σε επίπεδο Ευρωπαϊκής Ένωσης, λόγω της Ιρλανδίας και άλλων χωρών που φοβούνται τον οικονομικό αντίκτυπο. Ωστόσο, επιμέρους έθνη αναλαμβάνουν δράση - το κυβερνών κόμμα της Ιταλίας ψήφισε ένα σχέδιο νόμου για την παρακράτηση του 6% κάθε αγοράς ψηφιακής διαφήμισης στη χώρα.

ΤηνΤρίτη, η Facebook ανακοίνωσε ότι θα φορολογείται για τα έσοδα από μεγάλες διαφημίσεις στις

χώρες στις οποίες θα εμφανίζεται καθεμία από αυτές, και όχι στην Ιρλανδία. Αλλά όταν η Facebook και η Google δοκίμασαν αυτή την προσέγγιση για το Ηνωμένο Βασίλειο, δεν οδήγησε σε ένα σημαντικά υψηλότερο καταβαλλόμενο φόρο, σύμφωνα με τον Ιρλανδό οικονομολόγο Seamus Coffey. Πέρυσι, η Facebook στο Ηνωμένο Βασίλειο πλήρωσε 2,6 εκατ. λίρες (3,5 εκατ. δολάρια) σε φόρους ενώ διατήρησε 842 εκατ. λίρες σε έσοδα. Ανεξάρτητα από το πού φορολογείται για τις πωλήσεις της, ακόμη πρέπει να πληρώνει για τα δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας σε χώρες που βρίσκονται μακριά από τις ευρωπαϊκές ακτές, πιθανότατα στις Νήσους Κέιμαν. Ο Coffey αμφιβάλει ότι το νέο σύστημα θα αλλάξει σημαντικά τους συνολικούς φόρους που καταβάλλει η Facebook. Αντ' αυτού, θα δημιουργήσει προσβλητικά μικρές ροές εσόδων προς περισσότερες χώρες.

Η Facebook προσπαθεί επίσης να προκαταλάβει τις ανησυχίες για προβληματική διαφήμιση και προσβλητικό περιεχόμενο, προσλαμβάνοντας 1.000 αξιολογητές. Αλλά ακόμα και αν η Facebook προσλάμβανε 100.000 ανθρώπους, θα δυσκολευόταν να ελέγξει τη "θάλασσα" πραγματικά ανώνυμου περιεχομένου που παράγεται από 2 δισεκατομμύρια χρήστες, εκ των οποίων ένας άγνωστος αριθμός είναι bots και πληρωμένα τρολ. Η προφανής λύση είναι η ενεργοποίηση της πολιτικής χρήσης της εφαρμογής (η οποία ορίζει ότι οι άνθρωποι μπορούν να δημοσιεύουν μόνο με τα πραγματικά ονόματά τους) και τους καθιστά υπεύθυνους για ό,τι δημοσιεύουν. Αλλά αυτό θα είχε ως αποτέλεσμα τη συρρίκνωση της βάσης χρηστών της Facebook, κάτι που θα ανησυχούσε τους επενδυτές.

Ένα τρίτο σημείο, για το οποίο δέχεται επίθεση, είναι πιθανό να καταστεί σύντομα σημαντικό, ίσως το επόμενο έτος. Ένα πρώην στέλεχος της Facebook (ναι, ένας ακόμη αντιφρονών μέσα από την εταιρεία), ο Antonio Garcia-Martinez υποστήριξε νωρίτερα φέτος ότι η τακτική στοχευμένων διαφημίσεων της Facebook που βασίζεται στα δεδομένα που συλλέγονται από τους χρήστες είναι ουσιαστικά ανήθικη (και επίσης ότι η Facebook υπερβάλλει για τις ικανότητές της στις στοχευμένες διαφημίσεις). Αυτό έχει απήχηση στους πολιτικούς - που ανησυχούν για τη δυνατότητα χειραγώγησης των ψηφοφόρων μέσω των κοινωνικών δικτύων - και τους υπερασπιστές της ιδιωτικής ζωής. Ακόμη και αν δεν υπάρξουν σύντομα νέα νομοθετικά μέτρα για τη συλλογή δεδομένων και τις στοχευμένες διαφημίσεις, τα δεδομένα ίσως αρχίσουν να αλλάζουν χάρη στις προσπάθειες ανθρώπων όπως ο Brendan Eich, δημιουργός του Javascript και του προγράμματος περιήγησης Firefox. Η τελευταία startup του Eich δημιούργησε ένα πρόγραμμα περιήγησης το οποίο ουσιαστικά αποκλείει όλες τις διαφημίσεις - και το οποίο θα προσφέρει το επόμενο έτος ένα εντελώς νέο διαφημιστικό μοντέλο βασισμένο στην κατανομή εσόδων με τους συναινούντες χρήστες.

Τα ανέμελα χρόνια της χωρίς έλεγχο και χωρίς φόρους ανάπτυξης των κοινωνικών δικτύων έρχονται στο τέλος τους. Η Facebook κατά πάσα πιθανότητα θα παραμείνει μια σημαντική δύναμη για την αγορά, ιδιαίτερα δεδομένης της κυριαρχίας του στην αγορά μηνυμάτων μέσω εφαρμογών και της δημοτικότητας του Instagram στους νέους ανθρώπους. Μπορεί να συνεχίσει να πηγαίνει κόντρα στο ρεύμα και να προσφέρει ανούσιες παραχωρήσεις, αλλά δεν μπορεί να το κάνει για πάντα. Στο τέλος - πιθανότατα σύντομα - θα πρέπει να υποστεί ρυθμίσεις και αλλαγές συμπεριφοράς των χρηστών, που θα την αναγκάσουν να υιοθετήσει μία πιο ταπεινή στάση και

ενδεχομένως να επανεξετάσει το επιχειρησιακό της μοντέλο.

[Διαβάστε το άρθρο στο Capital.gr](#)