

RU

Убеждение без убеждающего: антропологические основы инфраструктурной идеологии

Трунов А. А.

Аннотация. Цель исследования – выявить антропологические основания перехода от междисциплинарных форм убеждения к инфраструктурным механизмам их функционирования в контексте цифрового капитализма. В статье рассматривается трансформация идеологического господства в цифровой среде, где платформы не столько распространяют идеи, сколько определяют условия их возникновения, восприятия и воспроизводства. Основное внимание уделяется анализу цифровой идеологии как формы воздействия, при которой функции убеждающего субъекта переходят к алгоритмически организованной инфраструктуре коммуникации. Научная новизна исследования заключается в разработке философско-антропологической концепции «убеждения без убеждающего», которая описывает новую форму идеологического господства в условиях цифрового капитализма. Обосновано понятие инфраструктурной интерпелляции как механизма формирования субъектности посредством алгоритмической организации цифровой среды, раскрыто содержание феномена псевдоубеждения, предложено понятие алгоритмической контр-контрсуггестии. Показано, что антропологическим пределом инфраструктурной идеологии выступает избыточность человеческого как несводимости субъектности к алгоритмически моделируемым поведенческим паттернам. В результате установлено, что цифровая идеология действует через конфигурирование пространства человеческого опыта, вследствие чего интерпретации, сформированные под воздействием инфраструктуры, рассматриваются субъектом как продукты собственного автономного мышления.

EN

Persuasion without a persuader: the anthropological foundations of infrastructural ideology

A. A. Trunov

Abstract. The aim of the research is to identify the anthropological foundations of the transition from intersubjective forms of persuasion to infrastructural mechanisms of their functioning in the context of digital capitalism. The article examines the transformation of ideological dominance in the digital environment, where platforms do not so much disseminate ideas as determine the conditions for their emergence, perception, and reproduction. The main attention is paid to the analysis of digital ideology as a form of influence in which the functions of the persuading subject are transferred to an algorithmically organized communication infrastructure. The scientific novelty of the research lies in developing the philosophical-anthropological concept of "persuasion without a persuader," which describes a new form of ideological dominance under the conditions of digital capitalism. The concept of infrastructural interpellation is substantiated as a mechanism of forming subjectivity through the algorithmic organization of the digital environment, the content of the phenomenon of pseudo-persuasion is revealed, and the concept of algorithmic counter-countersuggestion is proposed. It is shown that the anthropological limit of infrastructural ideology is the redundancy of the human as the irreducibility of subjectivity to algorithmically modeled behavioral patterns. As a result, it is established that digital ideology operates through configuring the space of human experience, as a consequence of which interpretations formed under the influence of infrastructure are viewed by the subject as products of their own autonomous thinking.

Введение

Исторически убеждение понималось как процесс междисциплинарного взаимодействия. От античной риторики (Аристотель, 2000) до теории коммуникативной деятельности (Хабермас, 2022) оно предполагало разграничение

убеждающего и убеждаемого. Даже когда субъект социального влияния имел четкий институциональный характер (государство, церковь, школа, политическая партия) убеждающее воздействие сохраняло эту структуру, а источник влияния можно было идентифицировать.

Цифровой капитализм формирует качественно новую ситуацию. Алгоритмы рекомендаций, системы персонализации контента, платформенные инфраструктуры коммуникации и механизмы поведенческого прогнозирования все чаще определяют не содержание идеологических и иных убеждений, а условия их возникновения. Воздействие осуществляется не через передачу определенных идей, а через организацию цифровой среды, внутри которой одни идеи получают повышенную вероятность массового распространения и последующего усвоения реципиентами, тогда как другие оказываются вытесненными на периферию информационного пространства (Трунов, 2026).

Возникает парадоксальная ситуация. Субъект сохраняет экзистенциальное переживание автономности собственного мышления. Однако процесс формирования его идеологических и иных убеждений оказывается встроенным в инфраструктурно организованные механизмы цифровой среды. Безусловно, индивид еще может выразить идейное содержание своих взглядов, но он все менее способен точно определить момент их возникновения и механизм формирования.

Алгоритмические системы организуют пространство выбора таким образом, что сгенерированные интерпретации социальной реальности начинают восприниматься как естественные результаты самостоятельного мышления. Производство убеждений переходит к инфраструктурам коммуникации, а убеждающий субъект если не исчезает, то теряет видимость.

В статье решены следующие задачи:

- реконструированы классическая антропологическая модель убеждения и основные концепции идеологии и субъективации;
- обоснован переход от современной к инфраструктурной интерпелляции как специфической форме субъективации в условиях цифрового капитализма;
- раскрыт механизм возникновения псевдоубеждения и показана его связь с процессом отчуждения субъектности;
- выявлены антропологические пределы цифрового идеологического господства посредством дальнейшей разработки концепции избыточности человеческого.

Исследование сочетает историко-философскую реконструкцию, концептуальный анализ и философско-антропологическую интерпретацию. Историко-философская реконструкция использована для выявления эволюции представлений об идеологии, убеждении и субъективации от классических к современным теориям. Концептуальный анализ позволил уточнить содержание авторских понятий «убеждение без убеждающего», «инфраструктурная интерпелляция», «псевдоубеждение» и «алгоритмическая контр-контрсуггестия», а также определить их место в категориальном аппарате современной науки. Философско-антропологическая интерпретация применена для выявления предпосылок инфраструктурной идеологии, укорененных в человеческой субъектности, а также для определения пределов алгоритмического идеологического господства, связанных с избыточностью человеческого.

Работа строится на синтезе классических теорий идеологии и субъективации с современными исследованиями цифрового капитализма. Для реконструкции исторических форм производства убеждений используются концепция риторики, разработанная Аристотелем (2000), структурная и дискурсивная теория идеологии К. Маркса и Ф. Энгельса (1955), концепции гегемонии А. Грамши (Gramsci, 2021) и овеществления Д. Лукача (2017), теория интерпелляции Л. Альтюссера (Althusser, 2014), аналитика власти М. Фуко (2002). Изучение цифровых механизмов идеологического воздействия опирается на концепцию суггестии и контрсуггестии Б. Ф. Поршнева (2010), исследования цифрового капитализма Н. Срничека (2020), Ш. Зубофф (2022), К. Фукса (Fuchs, 2020) и других ученых (Armano, Briziarelli, Risi, 2022). Теоретическое осмысление пределов алгоритмической рационализации осуществляется в рамках философской антропологии А. Гелена (Gehlen, 1988) и Х. Плеснера (2004).

Практическая значимость исследования заключается в том, что разработанный автором концептуальный аппарат, включающий понятия «убеждение без убеждающего», «инфраструктурная интерпелляция», «псевдоубеждение», «алгоритмическая контр-контрсуггестия» и «избыточность человеческого», может быть использован при анализе механизмов алгоритмического управления вниманием и формирования убеждений в цифровой среде, исследовании трансформации субъектности и новых форм отчуждения в условиях цифрового капитализма, а также при разработке учебных курсов по философской антропологии, социальной философии, философии науки и техники и социологии массовых коммуникаций.

Обсуждение и результаты

Классическая модель убеждения и основные концепции идеологии

История философского осмысления проблемы информационного влияния демонстрирует устойчивую связь между производством убеждений и наличием субъекта воздействия. Ещё Аристотель характеризует риторику «как искусство находить возможные способы убеждения относительно любого предмета» (2000, с. 8). Убеждение предполагает существование «самого говорящего, предмета, о котором он говорит, и лица,

к которому он обращается» (2000, с. 14). Убеждение возникает не как спонтанный результат функционирования социальной среды, а как следствие целенаправленного воздействия одного субъекта на другого посредством логических аргументов, эмоциональных средств и авторитета личности говорящего. «Способов убеждения, предоставляемых речью, существует три вида: одни из них определяются нравом говорящего, другие – тем или иным настроением слушателя, третьи – самой речью с ее истинной или мнимой убедительностью» (2000, с. 9). Антропологическая предпосылка данной модели состоит в признании человека существом, способным изменять убеждения другого человека в процессе общения посредством передаваемой информации. Даже тогда, когда речь идет о воздействии на коллективные формы сознания, сохраняется фигура убеждающего субъекта, который выступает инициатором трансформации взглядов и ценностных ориентаций аудитории-реципиента.

В основных концепциях идеологии данная структура убеждения сохраняется, хотя и претерпевает существенные изменения.

Так, К. Маркс и Ф. Энгельс характеризуют идеологию через связь сознания с материальной жизнью общества. Их исходный тезис состоит в том, что люди нередко создают «ложные представления о себе самих, о том, что они есть или чем они должны быть» (Маркс, Энгельс, 1955, с. 11). Однако эти представления не возникают произвольно и не могут быть объяснены только лишь ошибками мышления. Они укоренены в предметной деятельности, общественных отношениях и разнообразных формах взаимодействия людей. В этом смысле принципиальное значение имеет разработанное К. Марксом и Ф. Энгельсом положение о том, что «производство идей, представлений, сознания» первоначально «непосредственно вплетено в материальную деятельность и в материальное общение людей» (1955, с. 24). Вследствие этого идеология предстает не неким автономным «миром идей», а формой выражения и воспроизводства конкретных общественных отношений.

На этой основе К. Марксом и Ф. Энгельсом разрабатываются структурный и дискурсивный подходы к пониманию идеологии, которые дополняют и усиливают друг друга.

В рамках структурного подхода идеология рассматривается как форма искаженного, или «перевернутого», сознания. Люди воспринимают мир, общественные отношения и самих себя через систему представлений, которая воспроизводит реальность в измененном виде. К. Маркс и Ф. Энгельс описывают это восприятие через феномен «камеры-обскуры», отмечая, что в результате «люди и их отношения оказываются поставленными на голову» (1955, с. 25). Такое искажение «проистекает из исторического процесса их жизни» (Маркс, Энгельс, 1955, с. 25). Поэтому критика идеологии предполагает не только разоблачение ложных представлений, но и выявление тех общественных отношений, которые эти представления выражают, скрывают или закрепляют.

В рамках дискурсивного подхода идеология предстает как способ производства и распространения господствующих представлений. Идеи, выраженные на языке политики, права, морали, религии, философии, не просто отражают социальную реальность, но участвуют в ее организации и легитимации. К. Маркс и Ф. Энгельс прямо указывают на то, что «мысли господствующего класса являются в каждую эпоху господствующими мыслями» (1955, с. 45). Это возможно именно потому, что класс, обладающий «средствами материального производства», одновременно располагает и «средствами духовного производства» (Маркс, Энгельс, 1955, с. 46). Господствующий класс получает возможность задавать обществу язык описания действительности, определять границы истинного и ложного, естественного и противоестественного, возможного и невозможного, должного и недопустимого. В результате мысли тех, кто не обладает необходимыми средствами духовного производства, «оказываются в общем подчиненными господствующему классу» (Маркс, Энгельс, 1955, с. 46). Именно поэтому подчиненные группы могут воспринимать господствующие представления как самоочевидные и естественные, хотя фактически они выражают интересы и положение доминирующих в обществе сил.

Согласно К. Марксу и Ф. Энгельсу, идеология производится исторически определенным субъектом, который стремится «представить свой интерес как общий интерес всех членов общества, то есть, выражаясь абстрактно, придать своим мыслям форму всеобщности, изобразить их как единственно разумные, общезначимые» (1955, с. 47). В условиях цифрового капитализма меняется не столько базовая функция идеологии, сколько способ ее осуществления. Частный интерес по-прежнему стремится к универсализации и представлению себя в качестве всеобщего. Однако это все чаще осуществляется не через прямое предъявление политических доктрин или программ радикального переустройства мира, а через алгоритмическую организацию условий восприятия, выбора и коммуникации.

Механизмы идеологического воздействия глубоко и всесторонне переосмыслил А. Грамши (Gramsci, 2021). В отличие от классической версии марксизма, сосредоточенной преимущественно на проблеме «перевернутого» или «ложного» сознания, А. Грамши смещает исследовательский акцент на процессы производства согласия, посредством которых определенная социальная группа добивается культурного и интеллектуального лидерства. Благодаря этому идеология перестает пониматься исключительно как совокупность неадекватных представлений и начинает рассматриваться как способ организации реального социального опыта.

Принципиальное значение имеет предложенное А. Грамши понимание идеологии как особой формы практического отношения к миру. Термин «идеология» может использоваться как «концепция мира, которая имплицитно обнаруживает себя в искусстве, праве, экономической деятельности и во всех проявлениях индивидуальной и коллективной жизни» (Gramsci, 2021, р. 77). Идеология, если следовать аргументации А. Грамши, существует не только в политических доктринах или философских трактатах, но и в повседневных практиках, институтах и способах интерпретации социальной реальности. По сути, она задает горизонты восприятия мира еще до того, как становится предметом осознанной рефлексии.

Полемизируя с редукцией идеологии к иллюзии или вторичному отражению экономических процессов, А. Грамши подчеркивает, что «именно на поле идеологий люди осознают конфликты в экономической сфере», например, «конфликт между формой и содержанием в мире производства» (Gramsci, 2021, p. 99, 43). Тем самым идеология оказывается не препятствием для социального действия, а необходимым условием его осуществления.

Данное понимание получает дальнейшее развитие в концепции гегемонии. Для А. Грамши устойчивость общественного порядка обеспечивается не только экономическим принуждением или политическим контролем, но и способностью господствующей группы представить собственную концепцию мира в качестве всеобщей и самоочевидной. Описывая данный процесс, итальянский мыслитель отмечает, что «ранее зародившиеся идеологии вступают в соприкосновение и противоборство друг с другом, до тех пор пока лишь одна из них – или, по крайней мере, некое единое их сочетание – не возьмет верх, не станет доминировать, не распространится на все поле, обеспечивая, помимо экономического и политического единства, также интеллектуальное и моральное единство, причем не на корпоративном, а на всеобщем уровне, – гегемонию фундаментальной социальной группы над подчиненными группами» (Gramsci, 2021, p. 39). Выявленное А. Грамши интеллектуальное и моральное руководство составляет сущность гегемонии как специфической формы власти, основанной на производстве общественного согласия.

Устойчивость идеологических форм обеспечивается их повседневным присутствием в общественной жизни. Показательно в этом отношении замечание А. Грамши о религии, которая «неутомимо повторяет свою апологетику, неустанными усилиями ведет борьбу, используя одни и те же доводы» (Gramsci, 2021, p. 86). Речь идет о механизме, благодаря которому определенная картина мира становится привычной, естественной и не требующей специального обоснования.

Тем самым А. Грамши фактически демонстрирует, что производство убеждений осуществляется не только через непосредственное воздействие одного субъекта на другого. Существенную роль здесь играют институты, культурные практики, структуры повседневности, механизмы воспроизводства общественного согласия. Однако даже в этой модели сохраняется фигура Субъекта идеологического руководства – политической партии, интеллигенции, образовательных учреждений. Теория А. Грамши является важным этапом преодоления классической антропологической модели убеждения, но еще не фиксирует ситуацию, в которой убеждения производятся преимущественно самой инфраструктурой коммуникации.

Л. Альтюссер (Althusser, 2014, p. 171–207, 232–272) смещает проблематику идеологии с уровня содержания убеждений на уровень производства субъекта. В отличие от традиционного марксистского понимания идеологии как совокупности ложных представлений, скрывающих реальные общественные отношения, Л. Альтюссер рассматривает ее как условие самой возможности субъектности. В этом отношении идеология не столько сообщает человеку определенные идеи, сколько конституирует его как субъекта, способного эти убеждения иметь.

Л. Альтюссер исходит из того, что «идеология обладает материальным существованием». «Разумеется, материальное существование идеологии в аппарате и его практиках имеет не тот модус, что материальное существование булжника или ружья» (Althusser, 2014, p. 184). Развивая известный аргумент Б. Паскаля, Л. Альтюссер демонстрирует, что убеждение возникает как следствие практики. Его формула звучит предельно ясно: «Станьте на колени, шевелите губами в молитве – и вы уверуете» (Althusser, 2014, p. 186). Субъект сначала включается в определенный ритуал, а уже затем воспринимает возникающие убеждения как собственные.

Согласно Л. Альтюссеру (Althusser, 2014, p. 190), идеология «рекрутирует» индивидов в качестве субъектов или, точнее, превращает индивидов в субъектов посредством особой операции обращения – *интерпелляции*. Классическим примером служит оклик полицейского: «Эй, вы, там!» Оборачиваясь на этот оклик, человек признает себя его адресатом и тем самым подтверждает собственную субъектность. В этом акте «узнавания» осуществляется одновременно подчинение и формирование субъекта.

Для Л. Альтюссера интерпелляция не является внешним воздействием на уже «готового субъекта». Напротив, «существование идеологии и оклик или интерпелляция индивидов в качестве субъектов суть одно и то же» (Althusser, 2014, p. 191). Идеология производит субъекта как носителя определенных форм опыта и социального поведения. Как пишет Л. Альтюссер, она навязывает человеку представления, которые воспринимаются им как само собой разумеющиеся, вызывая естественную реакцию: «Это же очевидно! Это правильно! Это истинно!» (Althusser, 2014, p. 189).

Теория Л. Альтюссера обнаруживает предпосылку, существенную для анализа цифрового общества. Даже в наиболее сложных формах интерпелляции сохраняется структура обращения. Идеология действует через оклик, призыв, узнавание. Между производством субъектности и ее носителем остается фигура символического Субъекта, без которого немислимо само обращение. Под символическим Субъектом здесь понимается та самая инстанция, от имени которой идеология обращается к индивиду и через признание которой он узнает себя как субъект (например, Бог, государство, закон, партия, нация или иной источник высшего смысла и легитимности).

Именно поэтому концепция интерпелляции оказывается необходимым, но недостаточным инструментом для анализа цифрового идеологического господства. В условиях алгоритмически организованной коммуникации субъект все чаще сталкивается не с обращением, а с заранее сконструированной средой возможного выбора. Если интерпелляция формирует субъекта посредством «оклика», то цифровая инфраструктура производит его посредством организации пространства человеческого опыта. В этом смысле проблема заключается уже не только в том, каким образом субъект отвечает на обращение, но и в том, что происходит с субъектностью тогда, когда этот «обращающийся» постепенно исчезает. Цифровой капитализм впервые ставит под вопрос саму необходимость убеждающего субъекта как носителя идеологической функции.

М. Фуко проблематизирует философский анализ власти, смещая акцент с видимых субъектов на анонимные практики дисциплинарного воздействия и социального контроля. «Надо бы узнать, до каких пределов, через какие передаточные механизмы и в каких, часто самых ничтожных, инстанциях иерархии, контроля, надзора, запрета и принуждения осуществляется власть. Ибо повсюду, где есть власть, она осуществляется. И собственно говоря, никто не является ее обладателем, но тем не менее она осуществляется всегда в определенном направлении, когда одни находятся по одну сторону, а другие – по другую, и мы не знаем, у кого она есть, но мы знаем, у кого ее нет» (Фуко, 2002, с. 75–76). Однако и в этой концепции власть не растворяется в безличной абстракции. Являясь капиллярной и рассредоточенной, она проникает в повседневные формы поведения, но при этом не утрачивает характера отношения, в котором одни субъекты воздействуют на другие.

Принципиальное значение в данном контексте приобретает разработанные М. Фуко понятия диспозитива (Foucault, 1980, p. 194–195) и техник субъективации (Фуко, 2007). Согласно М. Фуко (Foucault, 1980, p. 194), диспозитив – это «система отношений», которая задает пространство возможного. Диспозитив организует гетерогенный ансамбль дискурсов, институтов, нормативных предписаний и процедур таким образом, что определенные формы субъектности оказываются наиболее вероятными, тогда как другие – ситуативно недостижимыми. Техники субъективации при этом составляют дополняющий полюс анализа. Это те самые практики отношения к себе (признание, исповедь, самонаблюдение, забота о себе), посредством которых индивид, используя имеющиеся в его распоряжении ресурсы, формирует себя как субъекта (Фуко, 2007). В этом понимании власть не сводится ни к принуждению, ни к убеждению. Именно поэтому концепция М. Фуко вплотную подходит к идее производства убеждений через организацию среды, а не через непосредственное воздействие одного субъекта на другого.

Вместе с тем и анализ М. Фуко обнаруживает свой предел. Диспозитив воспроизводится людьми (через институты, тексты, ритуалы, нормы), а техники субъективации предполагают хотя бы минимальную рефлексивную работу индивида над собой. В условиях цифрового капитализма диспозитив преобразуется в алгоритмически организованную инфраструктуру, которая обеспечивает аналогичные эффекты субъективации, не нуждаясь ни в человекообразном агенте, который транслирует властное предписание, ни в его дискурсивном оформлении.

Несмотря на выявленные различия, основные теории идеологии объединены общей антропологической предпосылкой. Производство убеждений мыслится как разновидность межсубъектного отношения. Даже в наиболее сложных и структурно опосредованных формах идеологического воздействия сохраняется возможность определить институт или социальную структуру, которые выполняют функцию убеждающего субъекта. В условиях цифрового капитализма данная предпосылка начинает подвергаться радикальной трансформации. Возникает ситуация, в которой идеологическое воздействие осуществляется без непосредственного субъекта, а производство идеологических убеждений все в большей степени переносится на уровень инфраструктурной организации коммуникации. Происходит историческое изменение структуры идеологии. Если современные формы идеологического господства производили убеждения посредством обращения к индивидуальному или коллективному субъекту, то цифровой капитализм все чаще производит сами условия возможности их возникновения.

Переход к инфраструктурной интерпелляции в условиях цифрового капитализма

Цифровые платформы представляют собой не просто новые технические средства коммуникации, а особую инфраструктурную форму организации социальных отношений (Срничек, 2020; Armano, Briziarelli, Risi, 2022). Их значение определяется не содержанием передаваемого контента, а способностью структурировать пространство взаимодействия между пользователями и интерфейсами. В этих условиях принципиальное значение приобретает вопрос о механизмах субъективации.

Классическая интерпелляция предполагает обращение к субъекту. Цифровые платформы действуют иначе. Пользователь сталкивается не с призывом, приказом или предписанием нормативного характера, а с уже организованным пространством выбора. Алгоритмы определяют порядок появления информации, регулируют распределение внимания, ранжируют значимость объектов восприятия, формируют индивидуализированные траектории коммуникации. В результате воздействие осуществляется еще до того, как субъект сталкивается с необходимостью осознанного выбора.

Важно также подчеркнуть, что речь не идет о новом варианте культурной гегемонии или институционального идеологического воздействия. Школа, церковь, политические партии или средства массовой информации по-прежнему транслируют относительно устойчивые нормативные содержания, адресованные множеству субъектов. А вот цифровая инфраструктура не просто воспроизводит определенную картину мира, но динамически адаптирует условия восприятия к особенностям конкретного пользователя, изменяя его жизненный опыт в режиме реального времени.

Под инфраструктурной интерпелляцией автором понимается такой тип идеологического воздействия, при котором включение субъекта в определенный нормативный и смысловой порядок осуществляется не посредством прямого обращения, а через алгоритмическую организацию среды коммуникации. Алгоритм не говорит субъекту, каким он должен или не должен быть, но организует пространство взаимодействия таким образом, что определенные способы восприятия, оценки и действия становятся наиболее вероятными. Ее специфическая особенность заключается в переносе идеологического воздействия с уровня содержания на уровень условий возможности опыта. Важным становится уже не то, что субъект думает или чувствует, а то, каким образом ему открывается мир. В этой перспективе цифровая идеология не формирует отдельные элементы получаемой пользователем информации, а заранее структурирует горизонт их возможного появления.

Вследствие этого идеологическое воздействие проникает на более глубокий уровень организации человеческого опыта. Архитектура цифровой среды участвует в распределении внимания, задает режимы видимости, формирует структуру встреч субъекта с социальной реальностью. Под контролем алгоритмов оказывается сама логика появления значений, благодаря которой мир открывается человеку в качестве осмысленного и доступного пониманию целого. «Цель этого предприятия состоит не в том, чтобы навязать поведенческие нормы, такие как конформизм или повиновение, а в том, чтобы порождать поведение, которое надежно, окончательно и предсказуемо ведет к желаемым коммерческим результатам» (Зубофф, 2022, с. 267).

Дополнительную перспективу для анализа инфраструктурной интерпелляции открывает концепция Б. Ф. Поршнева (2010). Ее значение заключается в выявлении дорационального уровня социального воздействия, который предшествует аргументации и сознательному убеждению. Человеческое поведение определяется не только рациональным принятием решений, но и механизмами внушения, действующими на уровне восприятия и коммуникации. Убеждение оказывается лишь одной из возможных форм более фундаментальных процессов социального воздействия. «Всякая контрсуггестия не уничтожает суггестию, а лишь загоняет ее в узкие, жесткие ограничения» (Поршнев, 2010, с. 204).

Суггестия предполагала наличие внушающего субъекта. Алгоритмические системы способны выполнять аналогичные функции без непосредственного участия человека. Благодаря обработке больших массивов эмпирических данных они получают возможность адаптировать воздействие к уникальным особенностям каждого пользователя. Так возникает феномен алгоритмической контр-контрсуггестии. Под алгоритмической контр-контрсуггестией в настоящем исследовании понимается способность цифровых систем выявлять и нейтрализовывать потенциальные формы критической дистанции субъекта по отношению к оказываемому на него информационному воздействию. Если контрсуггестия в концепции Б. Ф. Поршнева выступает механизмом сопротивления «принудительной силе слова» (2010, с. 196), то алгоритмическая персонализация поисковой выдачи контента стремится минимизировать вероятность возникновения такого сопротивления посредством непрерывной адаптации информационной среды к индивидуальным предпочтениям пользователя.

В классических формах идеологического воздействия сопротивление еще могло идентифицировать объект критики, например, популиста-политика или «токсичного» общественного деятеля. Теперь же источник влияния распределен между вычислительными процедурами, интерфейсами и персонализацией. Поэтому критика сталкивается не с привычным оппонентом, а с архитектурой цифровой среды, которая воспроизводит свои эффекты независимо от адекватности их осознания пользователем.

Цифровой капитализм формирует новую конфигурацию идеологического господства. Производство убеждений переносится на уровень коммуникационной инфраструктуры. Алгоритмы действуют как особый тип власти, «который оптимизирует свое функционирование, обучая индивида мыслить и вести себя определенным образом, до тех пор, пока подобное обучение не принимается субъектом в качестве интернализованной и гибкой формы самоуправления» (Armano, Briziarelli, Risi, 2022, p. 155). При этом субъект сохраняет ощущение автономии и воспринимает свои взгляды как результат самостоятельного мышления, тогда как условия их формирования заранее организованы алгоритмическими системами.

Источник воздействия становится практически невидимым, а убеждение все чаще возникает без очевидного убеждающего. Данная ситуация создает предпосылки для появления псевдоубеждения, феномен которого также требует специального рассмотрения.

Псевдоубеждение и исчезновение убеждающего

Псевдоубеждение – это форма субъективной уверенности, при которой результат инфраструктурного воздействия переживается как итог автономного мышления. Его главный признак – непрозрачность происхождения. Субъект утрачивает доступ к условиям формирования убеждения, сохраняя уверенность в том, что оно сформировалось самостоятельно. Псевдоубеждение может быть истинным или ложным, обоснованным или необоснованным. Субъект принимает предложенное алгоритмами решение как собственное, не осознавая, что предпосылки его появления были сформированы цифровой средой.

С этой точки зрения особую эвристическую ценность приобретает концепция овеществления Д. Лукача (2017). Ее значение для анализа цифровой идеологии связано не столько с критикой капиталистического общества, сколько с выявлением специфической структуры сокрытия реального человеческого опыта. Согласно Д. Лукачу, в условиях овеществления «отношения между лицами приобретают характер вещиности», которая «скрывает всякий след ее настоящей сущности» (2017, с. 171-172). Тем самым отношения, произведенные человеческой практикой, предстают как самостоятельная и объективная реальность, скрывающая собственное социальное происхождение.

Овеществление становится основой для формирования идеологии, которая закрепляет и легитимизирует отчужденные формы существования. Идеология выступает как «функция сокрытия действительности, присущая фетишистской видимости, окружающей все феномены капиталистического» (Лукач, 2017, с. 105). Она не просто искажает отдельные представления, а преобразует исторически возникшие социальные отношения в видимость естественного и необходимого социального порядка. Поэтому критика идеологии у Д. Лукача предполагает раскрытие тех общественных практик, которые скрываются за кажущейся самостоятельностью вещей, институтов и разновидностей классового сознания.

Данный вывод позволяет по-новому понять функционирование цифровой идеологии. Если у Д. Лукача субъект теряет доступ к происхождению общественных отношений, то в условиях цифрового капитализма все более непрозрачным становится происхождение его собственных убеждений. Тем самым отчуждение впервые распространяется не только на результаты человеческой деятельности, но и на процесс становления самой субъектности.

Отчуждается уже не только созданный человеком социальный мир, но и процесс формирования его отношения к этому миру. Субъект еще сохраняет способность мыслить, оценивать, принимать решения, однако он все менее способен реконструировать предпосылки, на основании которых осуществляются его мышление и деятельность. Цифровая инфраструктура производит своеобразную «натурализацию» убеждений. Субъект воспринимает собственные взгляды как естественный результат размышления именно потому, что процесс их возникновения остается для него непрозрачным. Чем эффективнее действует цифровая инфраструктура, тем менее заметным становится ее участие в производстве убеждений.

Теоретически данный механизм может быть дополнительно осмыслен посредством понятия технологического фетишизма, разработанного К. Фуксом. Развивая заложенную Д. Лукачем традицию философской критики механизмов овеществления, К. Фукс демонстрирует, что современные цифровые технологии все чаще воспринимаются как автономные и политически нейтральные силы. «Цель этого идеологического хода – овеществить технологические разработки как неизбежные, неизменные, непреодолимые и необратимые, представив их как независимые от человеческой воли и действия» (Fuchs, 2020, p. 167). И далее – возвращение мысли Д. Лукача, но только в актуальном контексте: «Идеология коммуницирует фетишистски, а фетишизм есть форма идеологической коммуникации» (Fuchs, 2020, p. 224).

В результате возникает новая форма отчуждения.

У К. Маркса отчуждение связывалось с утратой индивидами контроля над продуктами собственной деятельности. «Родовая сущность человека – как природа, так и его духовное родовое достояние – превращается в чуждую ему сущность, в средство для поддержания его индивидуального существования. Отчужденный труд отчуждает от человека его собственное тело, как и природу вне его, как и его духовную сущность, его человеческую сущность. Непосредственным следствием того, что человек отчужден от продукта своего труда, от своей жизнедеятельности, от своей родовой сущности, является отчуждение человека от человека» (Маркс, 2010, с. 332-333). У Д. Лукача отчуждение рассматривалось через превращение социальных отношений в объективированную реальность. «В развитом товарном хозяйстве деятельность человека объективируется по отношению к нему самому, превращается в товар, подчиненный чуждой человеку объективности естественных законов общества» (2017, с. 175). В условиях цифрового капитализма отчуждение распространяется уже и на процесс субъективации.

Тем самым псевдубеждение фиксирует качественно новую форму идеологического господства. Ее новизна состоит не в усилении убеждения, а в исчезновении видимого убеждающего. Производство убеждений все чаще осуществляется через инфраструктуру цифровой коммуникации. Алгоритмические системы организуют пространство человеческого опыта таким образом, что заданные интерпретации мира переживаются субъектом как результат собственного когнитивного усилия. Поэтому псевдубеждение является не частным эффектом цифровой коммуникации, а антропологической формой существования идеологии в условиях цифрового капитализма.

Избыточность человеческого как предел цифровой идеологии

Логика инфраструктурной идеологии закономерно ставит вопрос о границах алгоритмической власти. Участие цифровой среды в производстве субъектности и идеологических убеждений создает соблазн интерпретировать данный процесс как постепенное устранение человеческой автономии. Однако подобный пессимистический вывод опирается на предположение о принципиальной соизмеримости человека и его алгоритмической модели. В действительности все обстоит несколько иначе.

В качестве теоретической основы здесь необходимо обратиться к философской антропологии. Несмотря на существенные различия между концепциями А. Гелена (Gehlen, 1988) и Х. Плеснера (2004), оба мыслителя исходят из принципиальной незавершенности человеческого бытия. Человек не обладает окончательно заданной программой существования и потому вынужден постоянно выходить за пределы уже сложившихся форм жизнедеятельности.

А. Гелен описывает человека как «недостаточное существо», которое компенсирует собственную биологическую незавершенность посредством разнообразных форм практической деятельности, включая социальную: «Человек не способен выжить в подлинно естественных и примитивных условиях из-за своей органической неспособленности и отсутствия природных средств защиты и приспособления. Чтобы компенсировать этот недостаток, он вынужден самостоятельно активно преобразовывать мир в соответствии со своими целями... Для выполнения этих задач ему необходимо научиться сотрудничать и общаться с другими людьми» (Gehlen, 1988, p. 29).

Х. Плеснер связывает специфику человека с его эксцентрической позициональностью, то есть способностью одновременно пребывать внутри собственного существования и дистанцироваться от него: «Если жизнь животного центрична, то жизнь человеческая, не способная разорвать эту центричность, но в то же время ее преодолевающая, эксцентрична» (2004, с. 254). Из этого следует, что «переход от бытия внутри собственной плоти к бытию за ее пределами становится для него неустранимой двусторонней экзистенцией, действительным разломом его природы. Он живет по сю и по ту сторону этого разлома, как душа и как тело, и как психофизически нейтральное единство этих сфер» (Плеснер, 2004, с. 255).

В контексте цифрового общества данные обстоятельства приобретают исключительное значение. Алгоритмические системы функционируют посредством выявления устойчивых закономерностей человеческого поведения. Их эффективность определяется способностью переводить действия пользователей в массивы данных, обнаруживать статистические корреляции и строить вероятностные модели будущих реакций. «Алгоритмы конструируют идентичности пользователей не на основе фиксированных демографических данных, но посредством подвижных категорий, непрерывно переопределяемых статистическими (и непрозрачными) корреляциями, порождающими предиктивные поведенческие модели» (Armano, Briziarelli, Risi, 2022, p. 156). Однако именно эта логика неизбежно сталкивается с ограничениями, которые коренятся в самой структуре человеческого существования.

Для обозначения данного ограничения предлагается использовать авторский концепт избыточности человеческого. Под избыточностью человеческого понимается несводимость человеческой субъектности к совокупности фиксируемых поведенческих паттернов, алгоритмически моделируемых предпочтений и статистически прогнозируемых реакций. Речь идет не о наличии некой мистической сущности человека, якобы недоступной для научного анализа, а о принципиальной открытости человеческого существования.

Избыточность человеческого обнаруживается внутри самого процесса алгоритмического моделирования. Любая цифровая репрезентация субъекта строится посредством редукции открытого человеческого существования к набору эмпирических данных и корреляций. Между человеком и его алгоритмической моделью неизбежно сохраняется пространство несводимости, в котором возникают рефлексия и возможность нового опыта. Именно поэтому избыточность человеческого обозначает не исключение из алгоритмической рациональности, а внутренний предел любой попытки полного совпадения с ней.

Даже наиболее продвинутые нейросетевые модели функционируют посредством экстраполяции прошлого опыта на возможное будущее. Между тем человеческая субъектность характеризуется способностью к разрыву с собственными предшествующими состояниями. Персонализация поисковой выдачи, эффект эхо-камер, геймификация вовлеченности – все эти механизмы направлены на то, чтобы цифровая среда воспринималась как продолжение собственных предпочтений пользователя, а не как инфраструктура управления его вниманием. Однако сама возможность подобной нейтрализации остается ограниченной. Между субъектом и его цифровой репрезентацией всегда сохраняется некий неделимый остаток, который не может быть полностью преобразован в эмпирические данные.

Природа данного остатка коренится в самой структуре человеческого существования, того, что Х. Плеснер назвал «разломом, зиянием, пустым переходом опосредования» (2004, с. 255). Вследствие этого человеческая субъектность сохраняет способность к самоизменению, переопределению собственных оснований и разрыву с прежними способами существования. Человек никогда не исчерпывается совокупностью данных о самом себе. Между живым опытом и его цифровой репрезентацией сохраняется особое пространство, внутри которого возникают критическая дистанция, рефлексия, возможность экзистенциального поворота, прорыва в трансцендентное измерение.

Именно здесь как раз и обнаруживается антропологический предел цифрового идеологического господства. Алгоритмические системы способны конфигурировать пространство выбора, перераспределять внимание, участвовать в производстве убеждений. Однако они не могут окончательно устранить эксцентрическую позициональность человеческого существования, например, его способность дистанцироваться как от собственных убеждений, так и от условий их возникновения. Чем точнее алгоритм описывает человека как совокупность предсказуемых реакций, тем яснее проявится несводимость субъекта к такой модели. Поэтому всякая алгоритмическая рационализация остается принципиально незавершенной. Это позволяет по-новому поставить проблему идеологии в цифровую эпоху. Восходящие к трудам К. Маркса и Ф. Энгельса теории идеологии стремились разоблачить «ложное» или «перевернутое» сознание. Современная критическая теория в большей мере должна анализировать инфраструктуры производства убеждений.

Тем самым философское осмысление идеологии смещается с анализа содержания господствующих представлений к исследованию инфраструктурных условий, внутри которых эти представления становятся возможными. Впрочем, такой анализ имеет смысл лишь при условии, что человек способен выходить за пределы навязанных алгоритмами режимов восприятия реальности. Поэтому избыточность человеческого следует понимать не как гарантированную свободу, а как онтологическую возможность ее сохранения через рефлексию, критику и новые практики бунта аутентичности.

Заключение

Цифровой капитализм порождает такую форму идеологического господства, которая не укладывается в рамки восходящих к Аристотелю моделей убеждения. Там, где влиятельные концепции идеологии исходили из существования субъекта, воздействующего на сознание другого субъекта, современная цифровая среда обнаруживает постепенное исчезновение привычного носителя идеологической функции. Производство убеждений переносится с уровня содержания контента на уровень организации коммуникационной среды.

Основным механизмом этой трансформации выступает инфраструктурная интерпелляция. Она действует через алгоритмическое конфигурирование пространства опыта взаимодействия индивида и интерфейса. Алгоритмы не предписывают человеку, что нужно знать или во что ему следует верить, но структурируют условия восприятия таким образом, что определенные интерпретации социальной реальности приобретают

повышенную вероятность возникновения и последующего воспроизводства. В результате идеологическое воздействие осуществляется еще до момента осознанного выбора.

Следствием этого процесса становится псевдоубеждение. Результаты инфраструктурного воздействия воспринимаются субъектом как продукты его автономного мышления. Цифровая идеология наиболее эффективна тогда, когда перестает распознаваться, становится невидимой, а алгоритмически организованные формы человеческого опыта принимаются за естественные результаты индивидуальной рефлексии. Тем самым отчуждение распространяется не только на продукты человеческой деятельности, но и на условия формирования убеждений.

В этой перспективе концепция «убеждения без убеждающего» позволяет зафиксировать фундаментальный антропологический сдвиг в развитии идеологических механизмов. Впервые в истории основным носителем идеологической функции становится инфраструктура цифровой коммуникации. Именно она осуществляет селекцию видимого и невидимого, значимого и незначимого, вероятного и невозможного, формируя предпосылки будущих убеждений еще до их осознания индивидом.

Вместе с тем цифровое идеологическое господство не является абсолютным. Его внутренним пределом выступает избыточность человеческого как несводимость субъектности к совокупности поведенческих данных, статистических закономерностей и алгоритмических моделей. Дело в том, что человек способен дистанцироваться не только от собственных убеждений, но и от условий их возникновения. Именно эта способность сохраняет возможность критики, сопротивления и возникновения новых форм субъектности в алгоритмически организованном мире. Поэтому центральный конфликт цифровой эпохи разворачивается не между человеком и цифровыми платформами, а между эксцентрической позициональностью человеческого существования и стремлением алгоритмических систем превратить его в полностью прогнозируемый объект управления.

Перспективы дальнейших исследований связаны с разработкой философско-антропологической теории алгоритмической власти и более детальным анализом механизмов инфраструктурного производства субъектности. Особого внимания требует исследование новых режимов отчуждения, а также выявление антропологических оснований критической дистанции, благодаря которым человек сохраняет способность выходить за пределы инфраструктурной идеологии.

Источники | References

1. Аристотель. Риторика / пер. с древнегреч. и примеч. О. П. Цыбенко; под ред. О. А. Сычева, И. В. Пешкова. Поэтика / пер. с древнегреч. В. Г. Аппельрота; под ред. Ф. А. Петровского. М.: Лабиринт, 2000.
2. Зубофф Ш. Эпоха надзорного капитализма: битва за человеческое будущее на новых рубежах власти / пер. с англ. А. Ф. Васильева; под науч. ред. Я. Охонько, А. Смирнова. М.: Изд-во Института Гайдара, 2022.
3. Лукач Д. История и классовое сознание. Хвостизм и диалектика. Тезисы Блюма (фрагменты) / пер. с нем. С. П. Поцелуева. М.: Русский фонд содействия образованию и науке, 2017.
4. Маркс К. Экономическо-философские рукописи 1844 года и другие ранние философские работы / сост. и вступ. ст. И. А. Гобозова. М.: Академический Проект, 2010.
5. Маркс К., Энгельс Ф. Сочинения: в 50 т. Изд-е 2-е / пер. с нем. И. И. Прейса и А. А. Уйбо. М.: Госполитиздат, 1955. Т. 3.
6. Плеснер Х. Ступени органического и человек: введение в философскую антропологию / пер. с нем. А. Г. Гаджикурбанова. М.: РОССПЭН, 2004.
7. Поршнев Б. Ф. Контрсуггестия и история (Элементарное социально-психологическое явление и его трансформации в развитии человечества) // Историческая психология и социология истории. 2010. Вып. 2.
8. Срничек Н. Капитализм платформ. Изд-е 2-е / пер. с англ. и науч. ред. М. Добряковой. М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2020.
9. Трунов А. А. Идеология после дискурса: инфраструктурная власть и трансформация субъектности в условиях цифрового капитализма // KANT. 2026. № 1 (58). <https://doi.org/10.24923/2222-243X.2026-58.17>
10. Фуко М. Герменевтика субъекта: курс лекций, прочитанных в Коллеж де Франс в 1981-1982 учебном году / пер. с франц. А. Г. Погоняйло. СПб.: Наука, 2007.
11. Фуко М. Интеллектуалы и власть: избранные политические статьи, выступления и интервью / пер. с франц. С. Ч. Офертаса; под общ. ред. В. П. Визгина, Б. М. Скуратова. М.: Праксис, 2002.
12. Хабермас Ю. Теория коммуникативной деятельности / пер. с нем. А. К. Судакова. М.: Издательство «Весь Мир», 2022.
13. Althusser L. On the Reproduction of Capitalism: Ideology and Ideological State Apparatuses. N. Y. – L.: Verso, 2014.
14. Armano E., Briziarelli M., Risi E. Digital Platforms and Algorithmic Subjectivities. L.: University of Westminster Press, 2022.
15. Fuchs C. Communication and Capitalism: A Critical Theory. L.: University of Westminster Press, 2020. <https://doi.org/10.2307/j.ctv12fw7t5>
16. Gehlen A. Man: His Nature and Place in the World / transl. by C. McMillan, K. Pillemer. N. Y.: Columbia University Press, 1988.
17. Gramsci A. Subaltern Social Groups: A Critical Edition of Prison Notebook 25. N. Y.: Columbia University Press, 2021. <https://doi.org/10.7312/gram19038>
18. Foucault M. Power/Knowledge: Selected Interviews and Other Writings, 1972-1977 / ed. by C. Gordon. N. Y.: Pantheon Books, 1980.

Информация об авторах | Author information



Трунов Анатолий Анатольевич¹, к. филос. н., доц.

¹ Белгородский университет кооперации, экономики и права



Anatoly Anatolyevich Trunov¹, PhD

¹ Belgorod University of Cooperation, Economics and Law

¹ trunovv2013@yandex.ru

Информация о статье | About this article

Дата поступления рукописи (received): 08.07.2026; опубликовано online (published online): 30.07.2026.

Ключевые слова (keywords): инфраструктурная идеология; цифровой капитализм; убеждение без убеждающего; инфраструктурная интерпелляция; избыточность человеческого; infrastructural ideology; digital capitalism; persuasion without a persuader; infrastructural interpellation; the excess of the human.