

УДК 141.7

DOI: 10.18413/2408-932X-2026-12-3-1-0

Мельничук Д. В.¹,
Суслов И. В.²Общество платформ: к истории генезиса^{1*}

¹Саратовский государственный университет имени Н.Г. Чернышевского,
ул. Астраханская, д. 83, г. Саратов, 410012, Россия; mlnchkdv@gmail.com

²Саратовская государственная юридическая академия,
ул. Вольская, д. 1, г. Саратов, 410056, Россия; suslov85@inbox.ru

Аннотация. Статья посвящена теоретическому осмыслению генезиса «общества платформ» и выявлению его эвристического потенциала для анализа современных трансформаций коммуникации и социального взаимодействия. Актуальность исследования обусловлена превращением цифровых платформ в ключевую инфраструктуру производства, распространения и потребления информации, а также формирования новых режимов власти, экономических моделей и способов конструирования социальной реальности. Несмотря на широкое распространение термина, его историко-теоретическое становление и внутренние смысловые трансформации остаются недостаточно систематизированными, что затрудняет концептуализацию процессов алгоритмического управления и платформизации публичности. Новизна подхода заключается в реконструкции генезиса феномена от ранних представлений о персонализированном информационном пространстве конца XX века к современным критическим теориям алгоритмической власти. В работе показано, что переход от вещательной модели коммуникации к платформенной инфраструктуре сопровождался не только технологическими инновациями, но и глубинной перестройкой логики социального выбора, механизмов фильтрации информации и принципов формирования общественного знания. Обосновано, что коммерческий императив платформ стал ключевым фактором всеобъемлющей метризации социального пространства, институционализации алгоритмической селекции и трансформации публичности в управляемую среду предиктивной аналитики. В результате исследования сформулирован вывод о том, что «общество платформ» представляет собой качественно новый тип социотехнической организации, в котором инфраструктура коммуникации выполняет одновременно экономические, когнитивные и властные функции. Показано, что алгоритмическая персонализация выступает механизмом структурирования социального опыта, влияющим на политическое поведение и культурную динамику. Делается вывод о необходимости дальнейшего развития критической теории платформ, ориентированной на анализ соотношения коммерческих интересов, алгоритмического управления и общественного блага, а также на поиск альтернативных моделей организации цифровой среды, обеспечивающих прозрачность, подотчетность и сохранение субъектности пользователя.

^{1*} Исследование выполнено при финансовой поддержке Российского научного фонда, проект № 25-28-03315 «Хронополитические режимы современных идеологических проектов».

Ключевые слова: общество платформ; платформизация; алгоритмическое управление; персонализация; фильтрующие пузыри; алгократия

Для цитирования: Мельничук Д. В. и Суслов И. В. (2026), «Общество платформ: к истории генезиса», *Научный результат. Социальные и гуманитарные исследования*, 12(3), 113-123. DOI: 10.18413/2408-932X-2026-12-3-1-0

D. V. Melnichuk¹,
I. V. Suslov²

Platform Society: Towards a Genesis History^{2*}

¹Chernyshevsky Saratov State University,
83 Astrakhanskaya St., Saratov, 410012, Russia; mlnchkdv@gmail.com

²Saratov State Law Academy,
1 Volskaya St., Saratov, 410056, Russia; suslov85@inbox.ru

Abstract. This article is devoted to the theoretical understanding of the genesis of "platform society" and the identification of its heuristic potential for analyzing modern transformations of communication and social interaction. The relevance of the study is due to the transformation of digital platforms into a key infrastructure for the production, dissemination, and consumption of information, as well as the formation of new regimes of power, economic models, and ways of constructing social reality. Despite the widespread use of the term, its historical and theoretical development and internal semantic transformations remain insufficiently systematized, which complicates the conceptualization of algorithmic governance and the platformization of publicness. The novelty of the approach lies in reconstructing the genesis of the phenomenon from early ideas about personalized information space in the late 20th century to modern critical theories of algorithmic power. The paper shows that the transition from a broadcast communication model to a platform infrastructure was accompanied not only by technological innovations but also by a profound restructuring of the logic of social choice, mechanisms of information filtering, and principles of public knowledge formation. It is argued that the commercial imperative of platforms has become a key factor in the comprehensive metricization of social space, the institutionalization of algorithmic selection, and the transformation of publicness into a managed environment of predictive analytics. As a result of the study, it is concluded that "platform society" represents a qualitatively new type of socio-technical organization in which communication infrastructure simultaneously performs economic, cognitive, and power functions. It is shown that algorithmic personalization acts as a mechanism for structuring social experience, influencing political behavior and cultural dynamics. The conclusion is drawn about the need for further development of critical platform theory, focused on analyzing the relationship between commercial interests, algorithmic governance, and the public good, as well as on finding alternative models of organization.

Keywords: platform society; platformization; algorithmic governance; personalization; filter bubbles; algocracy

^{2*} The study was supported by the Russian Science Foundation, Project No. 25-28-03315 "Chronopolitical regimes of modern ideological projects".

For citation: Melnichuk, D. V. and Suslov, I. V. (2026), “Platform Society: Towards a Genesis History”, *Research Result. Social Studies and Humanities*, 12(3), 113-123. DOI: 10.18413/2408-932X-2026-12-3-1-0

Введение

Современный этап развития цивилизации характеризуется переходом к новому технологическому укладу, в основе которого лежит доминирование платформ и алгоритмических решений (Назаров, 2020: 108). Фундаментальная трансформация самой логики социального взаимодействия вызвана тем, что человеческое общение, обмен информацией и формирование знания опосредуются вычислительными системами, функционирующими по принципам, далеко не всегда прозрачным для их пользователей.

Само понятие медиа «платформа» за последние десятилетия прошло путь существенной концептуальной эволюции. Изначально оно использовалось в технической литературе для обозначения аппаратной или программной среды, на базе которой разрабатывались приложения. Однако постепенно термин приобрел более широкое и глубокое значение, превратившись в обозначение доминирующей инфраструктурной и экономической модели, объединяющей производителей и потребителей контента (Назаров, 2020: 111). Платформа в современном понимании представляет собой сложную социотехническую систему, которая определяет условия производства, распространения и потребления информации, формирует новые рынки и создает особые властные отношения между различными акторами цифровой экосистемы.

Понятие «общество платформ» не возникло спонтанно, а является результатом длительной научной рефлексии над изменениями в структуре массовой коммуникации, начавшимися еще в конце XX века. Становление этого концепта отражает постепенное осознание исследователями того факта, что цифровые технологии не просто дополняют традиционные медиа, а качественно меняют саму природу информационного обмена и формирования общественного мнения. Настоящая статья ставит целью проследить этот интеллектуальный путь от первых утопических представлений о персонализированном интернете до современного критического анализа алгоритмической власти.

Для достижения поставленной цели в статье решается ряд взаимосвязанных задач. В первом разделе – «Истоки: от “Второго возраста медиа” к идее персонализации» – рассматриваются теоретические предпосылки концепта, явленные прежде всего в работах М. Постера и Н. Негропonte, а также первые критические голоса, предупреждавшие об опасности делегирования выбора алгоритмам. Во втором разделе – «Поворотный момент: технологизация выбора (2009–2011)» – анализируется переход от утопических ожиданий к реальному алгоритмическому управлению информационным пространством, включая введение понятия «пузырь фильтров» (Э. Паризер). В третьем разделе – «Платформизация как экономический и социальный процесс» – исследуется, каким образом платформы превратились в механизмы всеобъемлющей метризации социальной реальности и трансформации публичности. В четвертом разделе – «Современные трактовки: алгократия и цифровой колониализм» – рассматриваются новейшие критические концепции, включая понятие алгократии и тезис о цифровом колониализме. В «Заключении» подводятся итоги и намечаются перспективные направления дальнейших исследований.

Обзор литературы

Настоящее исследование вписывается в широкую и активно развивающуюся область критических исследований «общества платформ» (platform studies), сформировавшуюся как самостоятельное направление в последнее десятилетие. Фундаментальным трудом в этой области является монография Й. ван Дейк, Т. Поэлла и М. де Вааля (Dijck van, Poell and Waal, 2018), которая заложила концептуальный каркас для анализа платформ как программируемых цифровых инфраструктур, организующих взаимодействие между пользователями и поставщиками посредством трех взаимосвязанных механизмов: датафикации (систематического преобразования социальных действий в данные), коммодификации (превращения данных и пользовательского внимания в рыночный товар) и селекции (алгоритмического управления информационными потоками). Авторы ставят ключевой вопрос о том, кто несет ответственность за управление справедливым и демократическим обществом платформ, и настаивают на необходимости новой модели совместной ответственности корпораций, государства и гражданского общества.

Социологическое измерение платформизации детально разработано в статье Д.Е. Добринской (Добринская, 2021), где цифровизация описывается через четыре взаимосвязанных процесса: сетевизацию, датификацию, алгоритмизацию и платформизацию. Особое значение в этом контексте имеет идея «пузырей фильтров» Э. Паризера (Pariser, 2011) как закономерного следствия алгоритмической персонализации. Д.Е. Добринская подчеркивает, что алгоритмические системы автоматизируют обработку данных и формируют новые механизмы социального контроля, ограничивая прозрачность социальных процессов и порождая алгоритмический разрыв – новое измерение социального неравенства.

Г.И. Зверева рассматривает «алгоритмический поворот» и понятие «алгоритмической культуры» как ключевые методологические инструменты изучения платформенного общества (Зверева, 2019). Опираясь на работы Т. Гиллеспы, Й. ван Дейк и Ж.-Кр. Плантена, она показывает, что цифровые платформы – это мощные социальные институты, осуществляющие модерацию медиаконтента и формирующие «новую социальность». Особого внимания заслуживает введенное Г. Ланглуа и Г. Элмером понятие «цифрового объекта» как многослойного медиаобъекта, сетевого объекта и фактического объекта одновременно, что позволяет выявлять скрытые формы власти, реализуемой платформами социальных сетей.

В. Потапова акцентирует геополитическое измерение платформизации: концентрация власти в рамках американской «Большой пятерки» порождает феномен «платформенного империализма» (Jin, 2015), при котором локальные ценности и практики публичной сферы оказываются подчинены логике глобальных технокорпораций (Потапова, 2025). Автор обосновывает необходимость цифрового суверенитета и указывает, что создание технологий, служащих общественным интересам, требует совместной ответственности рынка, государства и пользователей.

Вместе с тем существующие исследования преимущественно остаются в рамках социологических и политико-экономических описаний последствий платформизации, не обращаясь к истории генезиса «общества платформ» и интеллектуальным истокам его формирования. Настоящая статья стремится восполнить эту лакуну, реконструируя генезис концепта от ранних медиатеоретических дискуссий до современных критических трактовок.

Истоки: от «второго возраста медиа» к идее персонализации

История генезиса «общества платформ» неразрывно связана с теоретическим различением типов массовой коммуникации, которое активно развивалось в медиаисследованиях второй половины XX века. Традиционные «вещательные» медиа, к которым относятся печать, радио и телевидение, реализовывали коммуникационную модель

«от одного ко многим». Модель предполагала жесткую централизацию контроля над производством и распространением информации в руках относительно небольшой группы профессиональных коммуникаторов, которые транслировали содержание на атомизированную массу получателей (Назаров, 2020: 110). Аудитория в этой системе выступала преимущественно как пассивный объект воздействия, лишенный реальной возможности влиять на содержание сообщений или участвовать в процессе их производства.

Появление интернета в начале 1990-х годов породило волну технологического оптимизма и социальных ожиданий. Многие исследователи увидели в новой среде возможность радикальной демократизации коммуникационного пространства. В середине 1990-х годов американский теоретик медиа М. Постер предложил концепцию «второго возраста медиа», противопоставив интернет традиционным средствам массовой информации. Постер утверждал, что децентрализованная архитектура глобальной сети и возможность каждого пользователя становиться не только потребителем, но и производителем контента приведут к освобождению общества от монополии элит на информационное влияние (Poster, 1995). Концепция отражала широко распространенное в то время представление о том, что интернет, в силу своих технических характеристик, несет в себе эмансипирующий потенциал.

Именно в этот период технологического оптимизма, когда казалось, что цифровые технологии неизбежно приведут к более свободному и равноправному обществу, зародились первые концепции индивидуализированного потребления информации. В 1995 г. Н. Негропonte, один из основателей Медиалаборатории Массачусетского технологического института, опубликовал влиятельную книгу “Being Digital” («Быть цифровым»), в которой предложил концепцию Daily Me (Ежедневное Я). Негропonte предсказывал появление персонализированной газеты, содержание которой будет подбираться специальными интеллектуальными агентами в соответствии с индивидуальными интересами и предпочтениями конкретного пользователя (Negroponte, 1995: 151).

Особенно показательным в концепции Негропonte был тезис о том, что потребители будущего смогут самостоятельно варьировать даже «политический уклон» получаемых новостей (Negroponte, 1995: 46). Идея базировалась на предположении, что фрагментация и персонализация информационных потоков окажутся безусловным благом, поскольку позволят каждому человеку избегать нерелевантной информации и концентрироваться на том, что действительно важно лично для него. В этой логике игнорировался вопрос о том, каким образом общество сможет поддерживать общее информационное пространство и коллективное обсуждение значимых проблем, если каждый будет существовать в своей персонализированной информационной вселенной.

Однако уже в те годы раздавались и критические голоса. Дж. Ланье, один из пионеров в исследовании виртуальной реальности, предупреждал о рисках делегирования выбора алгоритмам, утверждая, что замена человеческого выбора алгоритмическим неизбежно приведет к созданию упрощенных «картонных моделей» интересов и предпочтений людей, которые не смогут адекватно отразить всю сложность и многомерность человеческой личности. По мнению Ланье, это превратит людей в объект манипуляции со стороны тех, кто контролирует алгоритмы (Lanier, 2010: 23). Ранние предупреждения, казавшиеся в атмосфере всеобщего оптимизма излишне пессимистичными, оказались удивительно пророческими.

Поворотный момент: технологизация выбора (2009–2011)

Трансформация абстрактной концепции персонализации в реальный фундамент «общества платформ» произошла на рубеже 2010-х годов. Этот период стал поворотным моментом, когда теоретические рассуждения о будущем интернета столкнулись с конкретными технологическими решениями крупнейших компаний, которые начали активно внедрять алгоритмическую персонализацию в свои сервисы. Переход от модели,

в которой пользователь сам выбирает источники информации, к модели, в которой выбор делается за него невидимыми алгоритмами, произошел практически незаметно для большинства людей, но его последствия оказались чрезвычайно значительными.

4 декабря 2009 г. произошло знаковое событие: компания Google объявила о внедрении персонализированного поиска для всех пользователей, включая тех, кто не был авторизован в системе. Новая система использовала 57 различных сигналов, от географического местоположения пользователя до истории его поисковых запросов, для предсказания его предпочтений и соответствующей модификации результатов поиска (Pariser, 2011: 2). С этого момента исчезло само понятие «стандартного Google», существовавшего единообразно для всех пользователей. Каждый человек начал видеть уникальную, алгоритмически искаженную картину мира, адаптированную под его предполагаемые интересы (Pariser, 2011: 3).

Важно понимать, что решение Google не было изолированным техническим нововведением одной компании, но отражало более широкий тренд в индустрии интернет-сервисов, где персонализация стала рассматриваться как ключевой инструмент повышения вовлеченности пользователей и, соответственно, роста доходов от рекламы. Facebook³, Twitter, YouTube и другие платформы активно двигались в том же направлении, разрабатывая все более сложные алгоритмы для определения того, какой контент показывать каждому конкретному пользователю. Информационные системы становились все более непрозрачными, превращаясь в «черные ящики», внутренняя логика работы которых оставалась недоступной для понимания обычных людей.

В 2011 г. интернет-активист Э. Паризер опубликовал книгу “The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You” («Пузырь фильтров: что интернет от вас скрывает»), в которой ввел в научный и общественный оборот понятие «пузырь фильтров» (filter bubble). Это понятие описывает состояние интеллектуальной изоляции, в которое попадает человек, когда алгоритмы платформ начинают показывать ему преимущественно ту информацию, которая соответствует его предыдущим предпочтениям и поведению (Pariser, 2011). Паризер убедительно продемонстрировал, что персонализация поиска и социальных сетей приводит не к расширению информационных горизонтов людей, как обещали технологические оптимисты, а к их сужению.

Концепция «пузыря фильтров» принципиально отличается от более ранней идеи «эхо-камер» (echo chambers), предложенной К. Санстейном в 2001 г. Санстейн описывал ситуацию, когда люди сознательно окружают себя единомышленниками, самостоятельно подписываясь на источники информации, которые подтверждают их уже существующие взгляды (Sunstein, 2001). В этом случае фильтрация информации происходит в результате осознанного выбора самого человека. Пузыри фильтров же создаются алгоритмами платформ незаметно для пользователя, без его явного согласия или даже понимания того, что такая фильтрация происходит (Bruns, 2019: 29). Таким образом, сущность зарождающегося общества платформ начала определяться именно скрытым алгоритмическим редактированием реальности, происходящим без ведома и контроля со стороны пользователей (Pariser, 2012: 26).

Понятийное различие имеет принципиальное значение для понимания властных отношений в обществе платформ. Если в эхо-камере человек остается субъектом, который сам формирует свое информационное пространство (пусть и неоптимальным образом), то в пузыре фильтров он превращается в объект воздействия внешних алгоритмов, критерии работы которых определяются не его интересами, а коммерческими целями платформ. Утрата субъектности, происходящая под видом персонализации и улучшения пользовательского опыта, стала одной из ключевых характеристик общества платформ.

³ * - принадлежит компании Meta, признанной экстремистской организацией, деятельность которой запрещена на территории Российской Федерации.

Платформизация как экономический и социальный процесс

К середине 2010-х годов в научном сообществе сформировалось понимание того, что платформы представляют собой не просто удобные сервисы для коммуникации или поиска информации, а механизмы «всеобъемлющей метризации» социальной реальности (Beer, 2016: 5). Д. Бир в своей работе показал, что платформы систематически превращают все аспекты человеческой деятельности в измеримые и квантифицируемые величины. Лайки, репосты, просмотры, клики, время просмотра и множество других метрик становятся способами измерения активности пользователей и инструментами управления их поведением и формирования новых социальных норм.

В рамках платформенного общества происходит фундаментальная трансформация самого понятия ценности. Если в традиционной рыночной экономике ценность создавалась в процессе производства товаров и услуг, то в экономике платформ рыночной ценностью обладают прежде всего данные о коммуникативном поведении пользователей (Назаров, 2020: 114). Люди, пользуясь «бесплатными» сервисами социальных сетей или поисковых систем, фактически расплачиваются за них своими данными, которые затем используются для таргетированной рекламы или продаются третьим лицам. Модель, которую часто описывают формулой «если вы не платите за продукт, значит продукт – это вы», стала доминирующей в цифровой экономике.

Процесс платформизации привел к ряду существенных концептуальных и практических сдвигов в устройстве современного общества. Первый из них связан с утверждением коммерческого императива как основного принципа организации информационных потоков. Платформы вроде Facebook*, YouTube или Twitter ранжируют контент на основе метрик вовлеченности (лайки, клики, время просмотра, комментарии), а не на основании социальной значимости информации или ее достоверности (Назаров, 2020: 115), что приводит к систематическому продвижению эмоционально окрашенного, сенсационного или провокационного контента, вызывающего максимальную реакцию пользователей. Контент при этом может быть дезинформацией, целенаправленно способствуя разжиганию социальных конфликтов.

Второй важный сдвиг касается модификации поведения пользователей через механизмы, которые можно описать как форму социального бихевиоризма. Платформы используют системы поощрений (лайки, подписчики) для формирования желательных с их точки зрения привычек пользователей (Lanier, 2018) (Назаров, 2020: 118). Люди начинают создавать контент и вести себя в цифровой среде таким образом, чтобы максимизировать эти цифровые поощрения, что меняет не только их онлайн-поведение, но и способы мышления, самовосприятия и взаимодействия с другими людьми. Постоянное стремление получить одобрение в виде лайков или репостов формирует своего рода зависимость от платформ, которая делает пользователей более податливыми для дальнейшего управления их вниманием и поведением.

Третий сдвиг, возможно, наиболее тревожный с точки зрения функционирования демократического общества, связан с кризисом публичности и гражданственности. Марк Андреевич в своей книге показал, что в обществе платформ суверенитет потребителя начинает преобладать над статусом гражданина (Andrejevic, 2013). Информация гражданского характера, касающаяся общественно значимых проблем, воспринимается в логике персонализации как вопрос личного предпочтения, который каждый волен игнорировать, если информация не соответствует его непосредственным интересам, что разрушает само пространство для солидарных действий и коллективного решения общих проблем (Назаров, 2020: 121).

Когда каждый пользователь существует в своем персонализированном информационном пузыре, становится все труднее формировать общее понимание социальной реальности, необходимое для функционирования демократии. Люди, живущие в разных фильтр-пузырях, могут иметь радикально различное представление об одних и тех же событиях, поскольку алгоритмы показывают им различную информацию, интерпретированную через призму их предполагаемых предпочтений, что создает феномен «множественных реальностей», или «постправды».

Современные трактовки: алгократия и цифровой колониализм

В последние годы понятие «общество платформ» все чаще дополняется терминами, которые подчеркивают властный и даже репрессивный аспект платформенных технологий. Исследователи пишут об «алгократии» (algorascy) – власти алгоритмов, которая начинает доминировать в различных сферах общественной жизни (Aneesh, 2006). Термин «алгократия» подразумевает, что алгоритмы поисковых систем и социальных сетей фактически определяют, какая информация становится видимой для общества, а какая остается в тени, тем самым формируя мировоззрение миллиардов людей. При этом критерии, по которым алгоритмы принимают эти решения, остаются непрозрачными и неподотчетными обществу.

Другая важная линия критики связана с концепцией «цифрового колониализма», которая получила развитие в работах таких исследователей, как М. Квет (Kwet, 2019). Согласно этой концепции, глобальные технологические корпорации, преимущественно базирующиеся в США, выстраивают отношения с пользователями по всему миру, которые структурно напоминают колониальные отношения эпохи империализма. Платформы извлекают «цифровое сырье» в виде данных пользователей, которое затем обрабатывается и монетизируется в центрах корпоративной власти, в то время как сами пользователи получают минимальную выгоду от этого процесса.

Алгоритмы, разработанные в одной культурной среде, применяются к совершенно иным социальным контекстам незападных стран, часто игнорируя местную специфику и навязывая определенные культурные нормы и представления. Более того, данные граждан других стран оказываются под юрисдикцией иностранных корпораций и правительств, что создает серьезные риски с точки зрения национального суверенитета и информационной безопасности.

Современные эмпирические исследования начинают выявлять более нюансированную картину влияния платформ на общество. Например, работа Китченс, Джонсон и Грей показала, что разные платформы по-разному влияют на информационное поведение пользователей (Kitchens, Johnson and Gray, 2020: 1620). В процессе исследования было обнаружено, что использование Facebook* статистически связано с «партийным сдвигом» – пользователи склонны потреблять более радикальные новости, соответствующие их политическим предпочтениям. В то же время использование Reddit может способствовать некоторому расширению разнообразия источников информации, к которым обращается пользователь.

Однако общий тренд остается тревожным. Алгоритмические рекомендации на таких платформах, как YouTube, способны создавать так называемые «кроличьи норы» (rabbit holes) радикализации. Система рекомендаций, стремясь максимизировать время просмотра, постепенно подталкивает пользователей ко все более экстремальному контенту, особенно это выражено для пользователей с правыми политическими взглядами. Человек, начавший с просмотра умеренно консервативного контента, через цепочку рекомендаций может оказаться погруженным в мир конспирологических теорий и радикальной пропаганды.

Эти процессы имеют серьезные последствия для политической стабильности демократических обществ. Алгоритмы систематически способствуют поляризации,

подталкивая людей к более радикальным позициям и изолируя их в информационных пузырях, где они не сталкиваются с альтернативными точками зрения, что подрывает возможность конструктивного политического диалога. Общественные дебаты превращаются в противостояние непримиримых лагерей, каждый из которых уверен в своей правоте и не способен понять позицию другой стороны, поскольку они буквально живут в разных информационных реальностях.

Заключение

Понятие «общество платформ» прошло сложный и во многом драматичный путь эволюции. От утопических ожиданий децентрализованного интернета, который должен был освободить человечество от информационного контроля элит, мы пришли к осознанию новых, более изощренных форм контроля, осуществляемого через алгоритмическое управление. Если в середине 1990-х годов казалось, что персонализация информационных потоков станет инструментом расширения свободы выбора и индивидуальной автономии, то сегодня становится очевидным, что она превратилась в механизм незаметной манипуляции и фрагментации общественного пространства.

Сегодня понятие «общество платформ» отражает реальность, в которой социальные отношения, политический дискурс и индивидуальное восприятие мира опосредованы непрозрачной вычислительной логикой частных корпораций (Назаров, 2020: 121) (Onebunne, 2022). Эта логика не является нейтральной или объективной, как часто представляется в технократическом дискурсе, а встроена в систему коммерческих интересов, направленных на максимизацию вовлеченности пользователей и извлечение прибыли из их данных. При этом общественные интересы, такие как поддержание информированной демократической дискуссии или защита психического здоровья пользователей, остаются на периферии внимания платформ.

Критика общества платформ не должна приводить к технологическому пессимизму или отказу от цифровых технологий. Проблема заключается не в самих технологиях как таковых, а в тех социальных и экономических структурах, в которые они встроены. Возможны альтернативные модели организации цифрового пространства, основанные на принципах прозрачности алгоритмов, защиты приватности пользователей и приоритета общественных интересов над коммерческими. Некоторые страны уже начинают двигаться в этом направлении, вводя регулирование деятельности платформ и требуя большей подотчетности от технологических корпораций.

Дальнейшее развитие «общества платформ», вероятно, будет связано с несколькими направлениями. Во-первых, предполагается поиск путей формирования «алгоритмической грамотности» среди широких слоев населения. Люди должны понимать, как работают алгоритмы, которые формируют их информационную среду, какие интересы за ними стоят и какие риски они несут. Во-вторых, необходима разработка механизмов возвращения субъекту контроля над своей цифровой идентичностью и информационным пространством, что может включать как технические решения (например, инструменты для управления персонализацией), так и правовые механизмы (право на доступ к своим данным, право быть забытым и так далее).

Наконец, критически важным представляется развитие альтернативных моделей цифровых платформ, которые не были бы основаны на коммерческой эксплуатации пользовательских данных: публичные платформы, финансируемые государством или гражданским обществом, кооперативные модели, где пользователи являются совладельцами платформы, или децентрализованные сети на основе блокчейн-технологий. Важно, чтобы общество не смирилось с нынешним положением вещей как с неизбежным, а продолжало поиск путей создания цифровой среды, которая действительно служит интересам людей, а не

корпораций. Только в этом случае изначальные утопические надежды на эмансипирующий потенциал цифровых технологий смогут хотя бы частично воплотиться в реальность.

Литература

References

- Добринская, Д. Е. (2021), «Что такое цифровое общество?», *Социология науки и технологий*, 12(2), 112-129. DOI: 10.24412/2079-0910-2021-2-112-129; EDN: ZLKPXS
- Dobrinskaya, D. E. (2021), "What is the Digital Society?" *Sociology of Science & Technology*, 12(2), 112-129. DOI: 10.24412/2079-0910-2021-2-112-129; EDN: ZLKPXS
- Зверева, Г. И. (2019), «Концепции "платформенного общества" в современных социокультурных исследованиях», *Вестник РГГУ. Серия «Литературоведение. Языкознание. Культурология»*, 8, 161-171. DOI: 10.28995/2686-7249-2019-8-161-171; EDN: NPHVMY
- Zvereva, G. I. (2019), "The Concepts of 'Platform Society' in Contemporary Sociocultural Research", *RGGU Bulletin: "Literary Theory. Linguistics. Cultural Studies"*, 8, 161-171. DOI: 10.28995/2686-7249-2019-8-161-171; EDN: NPHVMY
- Назаров, М. М. (2020), «Платформы и алгоритмизация в медиа: содержание и социальные следствия», *Коммуникология*, 8(2), 108-124. DOI: 10.21453/2311-3065-2020-8-2-108-124; EDN: WKXZJZ
- Nazarov, M. M. (2020), "Media Platforms and Algorithms: Content and Social Implications", *Communicology (Russia)*, 8(2), 108-124. DOI: 10.21453/2311-3065-2020-8-2-108-124; EDN: WKXZJZ
- Потапова, В. (2025), «Цифровая автономия: кто определяет ценности в обществе платформ?», *Patria*, 2(3), 28-35. DOI: 10.17323/patria.2025.27618
- Potapova, V. (2025), "Digital Autonomy: Who Defines Values in a Platform Society?" *Patria*, 2(3), 28-35. DOI: 10.17323/patria.2025.27618
- Andrejevic, M. (2013). *Infoglut: How Too Much Information is Changing the Way We Think and Know*, Routledge, London, New York, UK, NY. DOI: <https://doi.org/10.4324/9780203075319>
- Aneesh, A. (2006), "Global Labor: Algocratic Modes of Organization", *Sociological Theory*, 24(4), 389-410. DOI: <https://doi.org/10.1515/9780822387534>
- Beer, D. (2016), *Metric Power*, Palgrave Macmillan, London, UK.
- Bruns, A. (2019), "Filter bubble", *Internet Policy Review*, 8(4), 1-14. DOI: 10.14763/2019.4.1426
- Dijck, J. van, Poell, T. and Waal, M. de. (2018), *The Plat-form Society: Public Values in a Connective World*, Oxford University Press, New York, NY.
- Kitchens, B., Johnson, S. L. and Gray, P. (2020), "Understanding echo chambers and filter bubbles: the impact of social media on diversification and partisan shifts in news consumption", *MIS Quarterly*, 44(4), 1619-1649. DOI: 10.25300/MISQ/2020/16371
- Kwet, M. (2019), "Digital colonialism: US empire and the new imperialism in the Global South", *Race & Class*, 60(4), 3-26. DOI: 10.1177/0306396818823172
- Lanier, J. (2010), *You Are Not a Gadget: A Manifesto*, Knopf, New York, NY.
- Lanier, J. (2018), *Ten Arguments for Deleting Your Social Media Accounts Right Now*, Henry Holt & Company, New York, NY.
- Negroponte, N. (1995), *Being Digital*, Knopf, New York, NY.
- Onebunne, A. P. (2022), "Algorithmic bias and media manipulation: A systematic review of AI's Role in shaping public perception and political discourse", *World Journal of Advanced Research and Reviews*, 16(3), 1239-1249. DOI: <https://doi.org/10.30574/wjarr.2022.16.3.1332>
- Pariser, E. (2011), *The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You*, Penguin Press, London, UK.
- Pariser, E. (2012), *The Filter Bubble: How the New Personalized Web Is Changing What We Read and How We Think*, Penguin Books, New York, NY.
- Poster, M. (1995), *The Second Media Age*, Polity Press, Cambridge, UK.
- Sunstein, C. R. (2001), *Republic.com*, Princeton University Press, Princeton, NJ.

Информация о конфликте интересов: авторы не имеют конфликта интересов для деклараций.
Conflict of Interests: the authors have no conflict of interests to declare.

ОБ АВТОРАХ:

Мельничук Дмитрий Вадимович, кандидат физико-математических наук, доцент кафедры теории функций и стохастического анализа, механико-математический факультет, Саратовский государственный университет имени Н.Г. Чернышевского, ул. Астраханская, д. 83, г. Саратов, 410012, Россия; mlnchkdv@gmail.com

Суслов Иван Владимирович, кандидат социологических наук, доцент кафедры философии, Саратовская государственная юридическая академия, ул. Вольская, д. 1, г. Саратов, 410056, Россия; suslov85@inbox.ru

ABOUT THE AUTHORS:

Dmitry V. Melnichuk, Candidate of Physical and Mathematical Sciences, Associate Professor of the Department of Function Theory and Stochastic Analysis, Faculty of Mechanics and Mathematics, Chernyshevsky Saratov State University, 83 Astrakhanskaya St., Saratov, 410012, Russia; mlnchkdv@gmail.com

Ivan V. Suslov, Candidate of Sociological Sciences, Associate Professor of the Department of Philosophy, Saratov State Law Academy, 1 Volskaya St., Saratov, 410056, Russia; suslov85@inbox.ru