

УДК 338:004

Чебан А. А.

Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова
119991, г. Москва, Ленинские горы, д. 1, Российская Федерация

ПОЛИТИЧЕСКАЯ СУБЪЕКТНОСТЬ ТРАНСНАЦИОНАЛЬНЫХ ЦИФРОВЫХ КОРПОРАЦИЙ

АННОТАЦИЯ

Цель. Определение политической субъектности транснациональных цифровых корпораций в современном мире.

Процедура и методы. В качестве предмета исследования выделены сетевые эффекты, возникающие в рамках функционирования современных цифровых платформ. В работе проведён анализ таких эффектов современного коммуникативного пространства, как «цифровые капсулы», деплатформинг, аватаризация и власть алгоритмов. Выделены особый статус и определение политической субъектности транснациональных цифровых корпораций.

Результаты. Сделаны выводы, что алгоритмы, выполняющие функции на платформах, оказывают значительное влияние на коммуникационное и информационное пространство и при этом не являются самодостаточным политическим субъектом.

Теоретическая и практическая значимость. Сформулировано авторское определение политической субъектности цифровых корпораций, приведены примеры влияния на платформы со стороны государственных институтов, рассмотрены сценарии развития политической субъектности у цифровых платформ.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА

алгоритмы, власть корпораций, политическая субъектность, сетевые эффекты, цифровые платформы

СТРУКТУРА

Введение

Политическая субъектность

Политическая субъектность транснациональных цифровых корпораций

Алгоритмы цифровых корпораций как особая часть политического субъекта

Заключение

A. Cheban

Lomonosov Moscow State University
Leninskie gory 1, Moscow 119991, Moscow Region, Russian Federation

POLITICAL SUBJECTIVITY OF TRANSNATIONAL DIGITAL CORPORATIONS

ABSTRACT

Aim. To define political subjectivity of transnational digital corporations in the modern world.

Methodology. Network effects arising within the framework of the modern digital platforms functioning are the subject of research. The paper analyzes such effects of the modern communicative space as “digital capsules”, deplatforming, avatarization and the power of algorithms. The special status and definition of the political subjectivity of transnational digital corporations are highlighted.

Results. It has been concluded that the algorithms that perform functions on platforms have a significant impact on the communication and information space, while they are not a self-sufficient political entity.

Research implications. The author’s definition of the political subjectivity of digital corporations is presented, examples of influence on platforms by state institutions are given, scenarios for the development of political subjectivity in digital platforms are considered.

KEYWORDS

algorithms, corporate power, political subjectivity, network effects, digital platforms

ВВЕДЕНИЕ

Исследователей политической науки не перестаёт интересовать вопрос политической субъектности как в рамках международных отношений, так и во внутренних делах государства. В современном мире этот вопрос становится крайне актуален в связи как с трансформацией политических режимов, так и с усложнением структуры общества. Параллельно со старыми политическими институтами появляются новые акторы, которые начинают размывать, а иногда и подменять привычные государственные функции. Вместе с этим государства во всём мире сталкиваются со сложностями в определении этих новых игроков на политической арене. Повышается внимание к таким акторам со стороны общества и государственных институтов. Эти игроки приобретают большое влияние на общество в целом благодаря данным пользователей и своей независимой внутренней политике в компании.

Государства не только пытаются влиять на новых акторов различным образом, но и стараются урегулировать каналы коммуникации, в том числе и политические. Методы и стратегии контроля отличаются от страны к стране. Некоторые выступают за политику максимальной открытости, вместе с этим с помощью судебной системы и законодательных актов ограничивают

возможности новых акторов. Другие, в свою очередь, используют политику протекционизма, которая стремится исключить влияние внешних субъектов. При этом есть государства, которые используют обе стратегии. К числу подобных государств можно отнести Россию. Однако в последнее время очевиден тренд на усиление позиций приверженцев протекционизма и так называемого суверенного интернета.

Коммуникация, в своём широком понимании, является неотъемлемой частью любого общества. В современном мире информация, являющаяся основой коммуникации, становится настолько важным элементом, что эксперты выделяют новый господствующий класс, который владеет в первую очередь не производственными возможностями, а информацией¹. В работе М. Варка «Манифест хакера» говорится про экономический класс. Однако контроль над информацией открывает «широкие возможности для государственных органов требовать доступ как к записанным сообщениям, так и к коммуникациям в режиме реального времени» [16, р. 12].

Необходимо понимать тонкую грань между контролем над цифровыми корпорациями и поддержкой подобных организаций на внутреннем рынке. Цифровые транснациональные корпорации являются не только угрозой для государственных институтов, но и возможностью для осуществления контроля коммуникации. При условии контроля над ними с помощью нормативно-правовых, идеологических, судебных, культурных и других инструментов государственные институты получают рычаг влияния в международной сфере, что не отменяет возможности влияния на коммуникативное пространство внутри государства.

Целью данного исследования является не только определение политической субъектности транснациональных цифровых корпораций, но и характеристика статуса этих акторов. Вместе с этим необходимо выявить векторы развития политической субъектности у различных цифровых платформ. Для достижения цели необходимо выполнить следующие задачи: определить категориальную рамку политической субъектности; выделить особое положение политической субъектности цифровых корпораций; с помощью сетевых эффектов определить статус алгоритмов в рамках политической субъектности; сформулировать возможные сценарии развития взаимоотношений политических субъектов в виде цифровых корпораций и государственных институтов.

Субъектность у транснациональных цифровых корпораций начинает проявляться благодаря базовой категориальной сущности понятия «субъект» – наличие воздействия на объект. Под понятие «объект» в этом контексте может попадать большое количество элементов современного общества, начиная с личного аватара конечного пользователя и заканчивая обще-

¹ Wark M. A Hacker Manifesto. Cambridge: Harvard University Press, 2004. P. 164.

ственным мнением всего социума. Основой влияния является возможность использования и извлечения особого типа сырья – данных [14, с. 29]. С помощью них новые акторы способны управлять коммуникацией, что может стать не только угрозой для политического режима, но и заманчивой возможностью для государства по усилению своих позиций.

Проблема субъектности актуальна не только для новых акторов политической сферы, но и для самого государства. Ряд экспертов выделяют некоторые особенности кризиса субъектности в наше время. Главной движущей силой этого тренда являются современные информационные технологии, поэтому для исследователей становится крайне важно переконфигурировать субъектность государства и определить новое понимание субъекта для транснациональных цифровых корпораций.

В статье использован структурно-функциональный подход. Благодаря ему мы определили совокупность отношений между государством и транснациональными цифровыми корпорациями, а также их роли относительно друг друга. С помощью метода сценариотехник автор предполагает возможные векторы развития взаимоотношений государства и площадок, продиктованных цифровыми реалиями.

Вопросы политической субъектности изучались в трудах Дж. Розенау и Э. Цемпиля [17], Д. Шварца [18], И. Н. Гомерова [8; 9], А. Л. Журавлёва [11], Ж. А. Джармоковой [10], Ф. Анкерсмит [1]. Про особенности политической субъектности транснациональных цифровых площадок и сетевые эффекты, связанные с ними, писали зарубежные авторы Ван Дейк [19], М. Олсен [16], Н. Срничек [14], Р. Барбрук [3]. Среди отечественных исследователей темы цифровых технологий в политическом процессе и власти алгоритмов стоит выделить С. В. Володенкова [6; 7; 13], А. С. Ахременко [2], Е. В. Бродовскую [5], В. В. Миронова [12], С. Н. Федорченко [15].

ПОЛИТИЧЕСКАЯ СУБЪЕКТНОСТЬ

Понятие «политический субъект» в наше время обретает новые измерения и расширяет свой смысл. Вместе с этим исследователи англо-саксонской группы чаще используют понятие «политический актор». Оно узнаваемо для большего круга лиц. В работе оба эти понятия будут использоваться как взаимозаменяемые. Стоит также отметить схожий по значению термин, введённый П. Бурдые, – «политический агент». Однако в своих работах он разделяет агента, который не может быть свободен от социальных структур, и «актора-творца», который априори свободен и рационален [18, р. 333].

В наше время с учётом парадигмы глобализации современный мир представляется как более монолитный и сильно переплетённый друг с другом политический и экономический комплекс. Вместе с этим государствен-

ная политика развивается в условиях увеличения влияния негосударственных акторов, которые обретают свою субъектность.

«По сути, уже нельзя говорить о том, что государства обладают суверенитетом, из-за сети формальных и неформальных структур, в которые они всё более вовлекаются, и эта тенденция к трансформации и кое-где к разрушению традиционных институтов будет возрастать» [17, р. 60].

Как можно увидеть из высказывания Розенау и Цемпиля, существует тренд на потерю автономности и суверенитета. В условиях глобального интернета власть всё больше теряет свои позиции в плане контроля политических субъектов из-за новых технологий. Согласно концепции «калифорнийской идеологии» усиление субъектности индивида в противостоянии государству исходит из информационных технологий [3, с. 128]. Они дают возможность политическим субъектам принимать участие в процессах воздействия на массовое сознание и выступать в качестве формирующего агента общественной повестки. Политикам становится всё сложнее влиять на решения, принимаемые за пределами государственной юрисдикции.

В связи с трансформацией современных политических режимов уже сложно чётко различать международную и внутреннюю политику. Внутренние вызовы могут быть купированы внешнеполитическими решениями, а последствия внешней политики могут быть нивелированы внутренними решениями. В этих условиях становится явным, что происходит усиление влияния на положение внутри страны с помощью новых субъектов, таких как транснациональные цифровые корпорации.

Существует некоторая оговорка, связанная с коллективными акторами политической активности. «В современном мире все человеческие индивиды и коллективы являются потенциальными субъектами политики, но не все из них являются её актуальными субъектами, не все реализуют, проявляют (актуализируют) имеющийся у них политический потенциал, потенциал политической субъектности» [9, с. 57]. Подобные акторы могут иметь потенциал, но не проявлять его либо проявлять его в тех формах, которые не попадают под классическое понимание политологии. Можно выделить некоторые важные характеристики коллективного субъекта согласно А. Л. Журавлёву: 1) устойчивые связи в группе между индивидуумами; 2) целостность коллектива при проявлении активности; 3) ощущение чувства единения, общие ценности и цели [11, с. 72–80].

Анализ политической субъектности транснациональных цифровых корпораций будет исходить из системно-функционального подхода. Вместе с этим признаём, что актор обладает как функциями и ролями в системе, так и автономностью при решении своих задач. Обуславливается это особым статусом субъекта, который формально не является частью системы и потенциально может обладать политической волей, идущей вразрез с системой.

Система, понимаемая в этой работе, представляется не только как государство со всем его многообразием институтов, но и как международная составляющая современного общества, сформировавшаяся благодаря глобальному пространству для коммуникации и торговли. Частями системы являются государства, государственные институты, альянсы, международные организации, международные суды, объединения корпораций, картели, банковский сектор и другие элементы, которые потенциально имеют влияние на актора в виде транснациональных цифровых корпораций. Как отмечено выше, некоторые страны используют политику протекционизма, которая касается цифровых корпораций, и по этой причине для них международные субъекты не столь значимы, как внутригосударственные. Вместе с этим подобные органы управления оказывают очевидное влияние на автономность принятия решений в организации.

Основа определения субъекта – это субъектно-объектные отношения. Они декомпозируются до потенциала воздействия субъекта на объект с помощью авторитета, силы, убеждения, манипуляции и других возможностей влияния. В этом плане в научном мире сейчас прослеживается начало кризиса субъектности. Он определяется необходимостью переконфигурации субъектности из-за размывания границ государства и гражданского общества и появлением анонимной власти [1, с. 331]. Сущность такой власти – в потере государством манёвренности в принятии решений и скрытой свободно циркулирующей силе.

ПОЛИТИЧЕСКАЯ СУБЪЕКТНОСТЬ ТРАНСНАЦИОНАЛЬНЫХ ЦИФРОВЫХ КОРПОРАЦИЙ

Если говорить о политических субъектах в России, существует классификация, основанная на источниках и носителях политической субъектности. Согласно подобному разделению различают 5 форм субъектности:

1. неинституализированные индивидуальные субъекты;
2. негосударственные институализированные индивидуальные субъекты;
3. негосударственные институализированные коллективные субъекты;
4. властно-государственные институализированные индивидуальные субъекты;
5. властно-государственные институализированные коллективные субъекты [8, с. 46].

Исходя из подобной классификации, не представляется возможным определение цифровых корпораций. Безусловно, эти акторы являются негосударственными и коллективными. Вместе с этим появляются сомнения относительно институционализированности. С одной стороны, они могут выступать в качестве лоббистской группы и в таком ключе подходят под третью группу. С другой стороны, подобное возможно в условиях институализации

лоббизма, что не соответствует правовым реалиям российской политической системы. В этих условиях появляются теневые субъекты политики.

В работе И. Н. Гомерова приведён список условий, которые определяют, реализует ли свой политический потенциал коллективный или индивидуальный субъект [9, с. 59]. По всем этим критериям транснациональные цифровые корпорации являются политическим субъектом, обладающим и реализующим политический потенциал. Вместе с тем стоит вопрос, как эти субъекты на практике реализуют свои политические возможности.

Очевидно, что политические акторы участвуют в отношениях, связанных с политической властью. Однако «...политические субъекты могут и не ставить своей целью приход к власти, но стремятся к максимизации собственного влияния на правящий политический режим и, в идеале, к монополизации влияния» [10, с. 62]. В подобной ситуации появляется дублирующая политическая система, в которой возникают теневые акторы политики. Применительно к нашему предмету исследования слово «теневой» не означает скрытности, нелегальности или «серого кардинала». Крупные акционеры и владельцы зачастую – публичные личности. Однако стоит отметить, что некоторые корпорации не пытаются скрыть активное взаимодействие с государственными институтами. Можно определить, что «...теневые субъекты политики уходят от диалога между различными политическими силами, между властью и оппозицией, защищают корпоративные интересы, преследуют финансовую выгоду и стремятся захватить политическую власть или влиять на неё в своих корыстных целях» [4, с. 86].

Появление политических акторов – вопрос обширный, требующий большого теоретического и онтологического осмысления, поэтому в статье мы сфокусируемся на достаточно сложном и глобальном объекте – транснациональных цифровых корпорациях.

Для осмысления транснациональных цифровых корпораций необходимо обратиться к концепции «капитализма платформ» Н. Срничека. Как сказано выше, главное сырьё XXI в. – данные. Платформа – и есть та организация, которая собирает и применяет эти данные. В общем виде платформы – это «новый тип фирмы; их особенность в том, что они обеспечивают инфраструктуру, выступающую посредником между различными группами пользователей, тяготеют к монопольным форматам за счёт сетевых эффектов, используют перекрёстное субсидирование ради вовлечения различных групп пользователей и опираются на некоторую базовую архитектуру, определяющую возможности взаимодействия» [14, с. 35].

На основании вышесказанного мы определяем транснациональные цифровые корпорации как политический субъект со своими особенностями, выраженными в негосударственности, неинституциональности, коллективности, обладающий признаками теневого субъекта политики и реальным потенциалом политического влияния, при этом создающий инфраструктуру

для коммуникации, тяготеющей к монопольным форматам за счёт сетевых эффектов и больших данных. Только владельцы корпораций определяют правила взаимодействия на своих площадках, обладая властью над цифровыми аватарами и интерфейсами.

АЛГОРИТМЫ ЦИФРОВЫХ КОРПОРАЦИЙ КАК ОСОБАЯ ЧАСТЬ ПОЛИТИЧЕСКОГО СУБЪЕКТА

Цифровые корпорации оказывают значительное влияние на политическую коммуникацию. Кажется уже очевидным фактом то, что с каждым годом число пользователей интернетом в мире возрастает. Всё больше этих пользователей получают информацию из глобальной сети и участвуют в политической коммуникации благодаря современным технологиям. Цифровые корпорации не только контролируют доступность информации, но и формируют особую коммуникационную среду, способную влиять на всё общество и публичную политику.

Очевидно, что подобное влияние нельзя осуществить без особых технико-программных возможностей цифровых гигантов. Невозможно иметь такой большой штат сотрудников, чтобы, условно, вручную фильтровать, блокировать, преумножать контент и формировать особую информационную среду. На помощь приходят алгоритмы, нейронные сети и самообучающиеся системы, которые реализуют политику компании. Безусловно, подобные программы и части кода написаны людьми, однако такой функционал и объём прodelываемой работы невозможно сделать человеку. Программы обладают возможностью самостоятельного обучения на основе материалов, полученных в заданных рамках. Дальнейшая работа системы после запуска процесса самообучения является недоступной даже для программиста. Можно контролировать результат и входящие данные, и только благодаря этому работа настраивается. Подобные программы и алгоритмы создают подборку новостей из разных источников, формируют ленту в социальных сетях, предлагают контент на основании предпочтений пользователя, показывают рекламу исходя из огромного множества параметров цифрового аватара и т. д.

Основная цель цифровых корпораций, которые используют подобные технические возможности – это овладение вниманием пользователя. Чем больше он находится на необходимом ресурсе, тем больше владелец сможет показать рекламы, продать нужные товары, собрать информацию о пользователе или обеспечить внимание к партнёрскому контенту. Несмотря на преобладание экономического интереса, корпорации с помощью алгоритмов влияют на политическую коммуникацию. Делать это они могут исходя из двух основных мотивов: внешнего влияния и манипуляции со стороны государства или конкретных властных фигур; собственного целеполагания и политической субъектности.

Существуют два основных алгоритма, способных повлиять на политическую коммуникацию: создание локализованного индивидуального цифрового пространства и власть над цифровым аватаром.

В связи с большим потоком информации пользователи всё меньше используют критическое мышление и реже анализируют источники. У большинства пользователей в интернете отсутствует системное и критическое мышление, что приводит к лёгкому распространению ложной информации [2, с. 200–225]. Это формирует клиповое мышление и приводит к формированию «цифрового пузыря». В подобной коммуникационной среде, где контент подстраивается под пользователя, а субъекты зачастую симулированы, человек находится под влиянием технологического навязывания смыслов и представлений о социальной и политической реальности. Помимо формирующего сетевого эффекта, «информационные пузыри» способны ««тушить»» намечающийся тренд мобилизационной активности пользователей сети [13, с. 70]. Такая особенность является значительным преимуществом для режимов, базирующих свою власть на политическом абсентеизме. В такой индивидуальной коммуникационной среде информация при передаче между участниками с помощью горизонтальных информационно-коммуникационных связей может трансформировать смысл послания, что приводит к ещё большей дезинформации [5, с. 3–18].

Подобными особенностями современного потребления пользуются информационные порталы и блоки новостей. К примеру, многие могли заметить блоки новостей на сайтах «Яндекс» (современный «Дзен») и «Google». В них видны заголовки статей или их подборки, ведущие на сайты СМИ. Процесс создания таких подборок не является полной тайной «Яндекс.Новости» – «это результат работы алгоритмов. У нас нет редакторов и модераторов, мы не пишем собственных материалов, у нас нет «редакционной политики» и своей точки зрения»². В этой статье также написаны критерии, по которым определяют, вернее, дают вводные данные системе, которая, в свою очередь, выдвигает результат в виде выжимки новостей за день. Пользователи не могут быть посвящены в глубину алгоритмов и узнать, как происходят манипуляции информационной повесткой. Этот алгоритм также показывает новости относительно геолокации и других, не самых желательных, знаний о пользователях. «Яндекс» обладает данными о «цифровом следе» человека: какие сайты посещены, какие запросы сделаны, какие использовались устройство, провайдер и т. д. Подобная информация даёт возможность оказывать информационное влияние как на всё общество в целом, так и на таргетированные группы.

² Как устроены Яндекс.Новости // Яндекс: [сайт]. [20.02.2014]. URL: <https://yandex.ru/blog/company/76641> (дата обращения: 01.10.2022).

К примеру, ещё в 2014 г. государственные служащие научились работать с алгоритмами «Яндекс.Новостей» и смогли вывести на первую страницу информацию о правительстве Москвы. Лента новостей состоит преимущественно из федеральных событий, но, начиная с этого периода, стали часто появляться новости по типу: «Собянин побывал на открытии частного детского сада». Подобное стало возможным благодаря использованию в своих целях алгоритмов по поиску актуальных новостей. Все районные газеты г. Москвы, которые публикуют примерно одни и те же новости, массово подключились к роботам по поиску новостей «Яндекса». Благодаря 135 сайтам и новостным лентам мэрия Москвы стала регулярно появляться в блоке главных новостей России³. Подобную уязвимость системы можно было бы активно использовать и другим акторам для поднятия трафика и упоминаемости в сети, однако в 2016 г. был принят закон, приравнивающий новостные агрегаторы к СМИ. Теперь сервисы обязаны «проверять достоверность распространяемых общественно значимых сведений до их распространения»⁴. Фактически новый закон не только усложняет работу агрегаторов, но принуждает использовать в качестве источников только официально зарегистрированные в России СМИ и запрещает ссылаться на источники, признанные экстремистскими. Что, в свою очередь, формирует условия для цензурирования СМИ.

Другая ситуация с «Google Новости», которых Роскомнадзор не внёс в реестр новостных агрегаторов⁵. Формально сервис не удовлетворял требованию относительно количества посетителей сайта в сутки, соответственно, санкций за нарушение закона не последовало. При этом исполнительный директор компании «Alphabet» признал, что собирается ограничивать выдачу российских новостных сайтов на страницы «Google News», в первую очередь речь шла о сайтах «RT» и «Sputnik»⁶. Владельцы этих СМИ внесены Минюстом США в список иностранных агентов. Основой таких действий он считает борьбу с «русской пропагандой», что, на наш взгляд, является посягательством на свободу слова. Другая ситуация с новостным агрегатором «Google» случилась во Франции. Антимонопольный регулятор оштрафовал корпорацию на 500 млн евро за нарушение закона, принятого в 2020 г., «о со-

³ Расследование РБК: как чиновники перехитрили «Яндекс» // РБК: [сайт]. [22.10.2014]. URL: https://www.rbc.ru/technology_and_media/22/10/2014/5447a659cbb20f1d5d33b94d (дата обращения: 14.10.2022).

⁴ Путин подписал закон, приравнивающий новостные агрегаторы к СМИ // ТАСС: [сайт]. [23.06.2016]. URL: <https://tass.ru/ekonomika/3395954> (дата обращения: 14.10.2022).

⁵ Роскомнадзор не включит «Google Новости» в реестр новостных агрегаторов // РБК: [сайт]. [07.03.2017]. URL: <https://www.rbc.ru/rbcfreeneews/58beaea19a794706f8047c53> (дата обращения: 10.10.2022).

⁶ Eric Schmidt Says Google News Will 'Engineer' Russian Propaganda Out of the Feed // Vice: [сайт]. [20.11.2017]. URL: <https://www.vice.com/en/article/pa39vv/eric-schmidt-says-google-news-will-delist-rt-sputnik-russia-fake-news> (дата обращения: 10.10.2022).

блюдении авторского права» при использовании контента в интернете⁷. Власти с помощью этого закона не проявляют открытого желания заниматься цензурой и влиянием на повестку, однако это можно расценивать как рычаг давления на актора.

Неслучайно, что в 2022 г. «Яндекс» передал «Яндекс.Новости» и сервис «Дзен» компании «VK». Эта современная российская цифровая транснациональная корпорация имеет большое количество формальных и неформальных связей с государственными институтами Российской Федерации. С декабря 2021 г. генеральным директором холдинга является сын руководителя Администрации Президента России В. Кириенко⁸. В настоящей статье нет попытки доказать ангажированность тех или иных ресурсов. Автор лишь пытается обратить внимание на то, что потенциал влияния подобных ресурсов замечают руководство больших компаний и фигуры, приближённые к власти. Всё это указывает на то, что люди, близкие к государственному аппарату, осознают важность и потенциал таких агрегаторов новостей.

Другой важный алгоритм, формирующий мнение и имеющий потенциал к изменению политической коммуникации, – это локализованное индивидуальное коммуникативное пространство, иначе говоря, «цифровая капсула». Как отмечает в своей статье В. В. Миронов, человек «как бы локализует своё индивидуальное коммуникационное пространство и благодаря новейшим технологиям может его конструировать, самостоятельно решая, кого он хочет, а кого не хочет туда допускать» [12, с. 183–186]. Этому также способствуют алгоритмы социальных сетей, предлагающие контент, который может понравиться пользователю. Благодаря сетевым эффектам информация, циркулирующая в этой закрытой среде, самоподдерживается и усиливается из-за повторения, что оказывает ещё большее влияние на пользователя [7, с. 188–196].

Немаловажен феномен авторизации, который создаёт риски для изменения политической субъектности [15, с. 34–57]. Из него вытекают не только угроза ложных цифровых аватаров, но и право площадки на управление страничками пользователей вплоть до полного удаления и запрета пользования этой социальной сетью. Подобный эффект называется деплатформизация или деплатформинг [19, р. 60–66]. Самый яркий пример такого эффекта – блокировка практически на всех площадках профилей Д. Трампа. Из социальных сетей также удалили профили рэп-исполнителя и продюсера К. Уэста за «антисемитские высказывания». Подобные действия определяют цифровые корпорации как политические субъекты, формирующие вместо

⁷ Google Told to Pay for News with Ultimatum and \$593 Million Fine // Bloomberg: [сайт]. [13.07.2021]. URL: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2021-07-13/google-said-to-be-fined-593-million-by-french-antitrust-agency> (дата обращения: 10.10.2022).

⁸ Владимир Кириенко возглавит VK // РБК: [сайт]. [03.12.2021]. URL: https://www.rbc.ru/technology_and_media/03/12/2021/61a9f0ee9a7947c3зе8f31efб (дата обращения: 01.10.2022).

государства социотехническую реальность и идентичность разного рода [6, с. 93].

Алгоритмы социальных сетей на основании множества параметров формируют условно комфортную для пользователя среду, в которой он получает то, что является приемлемым для его догматического мышления. Лента новостей в социальных сетях ранжирует публикации на основании своих алгоритмов. Ранжирование по времени публикации перестало быть актуальным в связи с большим потоком новостей и публикаций в социальных сетях, появлением дубликатов. Вместе с этим администрации социальных сетей занимаются борьбой с фейками и дезинформацией на своих платформах. Площадка оставляет за собой право блокировать, удалять, ограничивать и передавать информацию о нарушениях в правоохранительные органы, если они нарушают законы государства⁹, что является явным слиянием государственных институтов с площадками.

Исходя из вышесказанного, мы считаем, что транснациональные цифровые корпорации являются коллективным политическим субъектом. При этом технологические возможности, такие как искусственный интеллект, алгоритмы и самообучающиеся машины, которые выполняют задачи корпорации, также являются частью этого коллективного политического субъекта. Машинные алгоритмы, по нашему мнению, пока не являются самостоятельным субъектом политической деятельности ввиду подчинения решениям корпорации. Безусловно, подобное умозаключение, скорее, соотносится с постмодернистской концепцией, нежели с классической немецкой философией. Эти программы, с одной стороны, не обладают индивидуальностью, но при этом способны принимать самостоятельные решения на основании своих собственных нейронных связей, как это может делать субъект в виде человека, однако только в рамках своей задачи. Решения, такие как деплатформинг, всё равно принимают люди на основании своей субъектности. Алгоритмы не являются самодостаточными, но при этом могут значительно влиять на политическую коммуникационную сферу благодаря сетевым эффектам, контролю над цифровыми аватарами, информационной повестке, доступу к информации и благодаря самой возможности коммуникации в рамках информационной среды.

Такой процесс ведёт к нескольким сценариям развития отношений между государствами и цифровыми корпорациями на почве политической субъектности: первый сценарий подразумевает усиление власти платформ и увеличение их самостоятельности, с которой государственные институты не будут способны справиться. Второй подразумевает открытую борьбу за власть, что приводит к неочевидным последствиям, учитывая возможности

⁹ Правила пользования сайтом «ВКонтакте» // ВКонтакте: [сайт]. URL: <https://vk.com/terms> (дата обращения: 01.10.2022).

обеих сторон. Третий, более вероятный, сценарий состоит в заключении открытых (в виде законов и прецедентов) или скрытых соглашений между ними, что даёт возможность цифровым корпорациям распространять свою субъектность до тех пределов, которые им будут позволены, при этом проявлять лояльность и выполнять необходимые государственным институтам действия по контролю информации и коммуникации. Подобное решение уже реализовано во многих корпорациях, что видно на примерах, указанных выше. Стоит также отметить, что такое разграничение субъектности не является перманентным. Рано или поздно та или иная сторона будет стремиться к перераспределению политической власти и субъектности, что приведёт к новым конфликтам и новым соглашениям.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Подводя итоги исследования, мы можем сделать вывод, что в современном мире происходят изменения в представлениях о политической субъектности и расширение числа потенциальных и реальных субъектов актуальной политической практики. В политическую сферу активно проникают новые коллективные акторы, которые имеют потенциал к изменению политической коммуникации и информационной повестки.

Данные обстоятельства позволяют нам заключить, что социальные сети и новостные агрегаторы за счёт своих алгоритмов влияют на политическую коммуникацию и информационную повестку. Вместе с этим цифровые алгоритмы и искусственный интеллект, применяемые на цифровых платформах, не являются самостоятельным политическим субъектом, но обладают потенциалом формирования особой среды политической коммуникации. Их мягкая власть реализуется благодаря сетевым эффектам, «цифровым капсулам», управлению информационными каналами, новостной повесткой и власти над цифровыми аватарами вплоть до полного цифрового уничтожения негодного объекта.

Однозначно нельзя сказать, что администрации цифровых корпораций стремятся к расширению потенциала своей политической субъектности. Связано это в первую очередь с тем, что государство стремится не только ограничить их, но использовать в своих интересах. Вместе с тем остаётся теньевая часть деятельности таких компаний, которая может скрытыми и точечными методами влиять на политическую сферу с помощью своих информационных и коммуникационных ресурсов.

Цифровые транснациональные корпорации являются негосударственным, неинституциональным, коллективным политическим актором, обладающим особенностями теневого субъекта и способным иметь реализующий потенциал политического влияния. Не все транснациональные цифровые корпорации обладают реальным потенциалом влияния, однако возможно-

сти тех, которые обладают, нельзя недооценивать. Алгоритмы и самообучающиеся системы являются частью политической субъектности цифровых корпораций в качестве неиндивидуального, но потенциально властного элемента. Субъектность цифровых платформ определяется из категориальной сущности субъекта – наличия воздействия на объект. Объектом в данном случае выступают гражданское общество и государственные структуры, а основным способом влияния является манипуляция. Главным ресурсом выступают данные, полученные от пользователей. Цифровые платформы обладают не только функциями и ролями в общественно-политических отношениях, но и автономностью в принятии решений. На основании проведённого исследования мы определили наличие политической субъектности у транснациональных цифровых платформ и выделили механизмы их влияния на общественно-политическую сферу.

Самый вероятный сценарий развития отношений между транснациональными цифровыми корпорациями и государственными институтами представляется в формировании открытых и скрытых видов договора, в рамках которых будет осуществляться перераспределение власти, суверенитета и ресурсов в виде данных. Подобные формы могут быть реализованы в виде законов или с помощью действий лоббистов и других форм влияния. Такие условия почти индивидуальны для каждого нового субъекта и могут быть изменены в любой момент.

Исследования темы политической субъектности транснациональных цифровых корпораций будут появляться на протяжении всего существования интернета. Остаётся незатронутой в этой работе тема международного влияния площадок. Представляется также возможным изучить отдельно сетевые эффекты связанных с цифровым взаимодействием пользователей. Вместе с этим не полностью раскрыта тема потенциала государственных институтов в противостоянии субъектности цифровых корпораций.

ДАТА ПУБЛИКАЦИИ

Статья поступила в редакцию: 20.12.2022

Статья размещена на сайте: 20.03.2023

ЛИТЕРАТУРА

1. Анкерсмит Ф. Эстетическая политика. Политическая философия по ту сторону факта и ценности / пер. с англ. Д. Кралечкина. М.: ИД ВШЭ, 2014. 331 с.
2. Ахременко А. С. Влияние силового подавления протеста на обсуждение протестной акции в социальных сетях // Мониторинг обществен-

- ного мнения: экономические и социальные перемены (электронный научный журнал). 2019. № 5. URL: www.monitoringjournal.ru (дата обращения: 15.12.2022).
3. Барбрук Р. Интернет-революция: от капитализма доткомов к кибернетическому коммунизму / пер. с англ. Е. Мариничевой, Л. Левковича-Маслюка. М.: Ад Маргинем Пресс, 2015. 128 с.
 4. Боташева А. К. Основные проблемы глобализации мировой экономики как детерминирующие факторы современного терроризма // Право и политика. 2009. № 1. С. 84–89.
 5. Бродовская Е. В. Цифровое поколение: гражданская мобилизация и политический протест российской // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены (электронный научный журнал). 2019. № 5. URL: www.monitoringjournal.ru (дата обращения: 16.12.2022).
 6. Володенков С. В., Федорченко С. Н. Традиционные политические институты в условиях цифровизации: риски и перспективы трансформации // Дискурс-Пи. 2022. Т. 19. № 1. С. 84–103. DOI: 10.17506/18179568_2022_19_1_84
 7. Володенков С. В., Артамонова Ю. Д. Информационные капсулы как структурный компонент современной политической интернет-коммуникации // Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. 2020. № 53. С. 188–196. DOI: 10.17223/1998863X/53/20
 8. Гомеров И. Н. Политическая субъектность России // Развитие территорий. 2016. № 2. С. 46–58.
 9. Гомеров И. Н. Субъект как смысловое ядро политической субъектности // Развитие территорий. 2015. № 3. С. 57–59.
 10. Джармокова Ж. А. Влияние теневых субъектов политики на политическую власть // Научные исследования и разработки молодых ученых. 2014. № 1. С. 61–64.
 11. Журавлев А. Л. Коллективный субъект: основные признаки, уровни и психологические типы // Психологический журнал. 2009. Т. 30. № 5. С. 72–80.
 12. Миронов В. В. Цифровая пещера как возможный вектор развития культуры // XIX Международные Лихачевские научные чтения «Мировое развитие: проблемы предсказуемости и управляемости»: материалы научной конференции, Санкт-Петербург, 22–24 мая 2019 г. / под ред. А. С. Запесоцкого. СПб.: СПбГУП, 2019. С. 183–186.
 13. Новые субъекты и технологии государственной политики: актуальная практика и перспективы / С. В. Володенков, А. В. Сидоров, А. И. Щербинин, А. В. Манойло, С. Н. Федорченко, А. Л. Зверев, В. В. Митева, М. В. Подрезов, В. И. Федоров // Журнал политических исследований. 2021. Т. 5. № 1. С. 65–91. DOI: 10.12737/2587-6295-2021-5-1-65-91
 14. Срничек Н. Капитализм платформ / пер. с англ. М. Добряковой. М.: ИД ВШЭ, 2019. 128 с.

15. Федорченко С. Н. Феномен искусственного интеллекта: гражданин между цифровым аватаром и политическим интерфейсом // Журнал политических исследований. 2020. Т. 4. № 2. С. 34–57.
16. Olsen M., Schneier B., Zittrain J. Don't Panic: Making Progress on the 'Going Dark' Debate. Cambridge: Berkman Center Research Publication, 2016. 38 p.
17. Rosenau J. N., Czempiel E. O., Smith S. Governance without Government: Order and Change in World Politics. Cambridge: Cambridge University Press, 1992. 60 p.
18. Swartz D. Culture & Power: The Sociology of Pierre Bourdieu. Chicago: University of Chicago Press, 1998. 333 p.
19. Van Dijck J., de Winkel T., Schäfer M. Deplatformization and the governance of the platform ecosystem // New Media & Society. 2021. P. 60–66. DOI: 10.1177/14614448211045662

REFERENCES

1. Ankersmit F. Aesthetic politics. Political philosophy beyond fact and value (Rus. ed.: Kralechkin D., transl. *Esteticheskaya politika. Politicheskaya filosofiya po tu storonu fakta i tsennosti*. Moscow, PH HSE Publ., 2014. 331 p.).
2. Akhremenko A. S., Philippov I.B. [Impact of the violent suppression of protest on its discussion in social networks]. In: *Monitoring obshchestvennogo mneniya: ekonomicheskie i sotsial'nye peremeny* [Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes Journal], 2019, no. 5. Available at: www.monitoringjournal.ru (accessed: 15.12.2022).
3. Barbrook R. The Internet Revolution: From Dot-com Capitalism to Cybernetic Communism (Rus. ed.: Marinicheva E., Levkovich-Maslyuk L., transl. *Internet-revolutsiya: ot kapitalizma dotkomov k kiberneticheskomu kommunizmu*. Moscow, Ad Marginem Press Publ., 2015. 128 p.).
4. Botasheva A. K. [The main problems of the globalization of the world economy as the determining factors of modern terrorism]. In: *Pravo i politika* [Law and Politics], 2009, no. 1, pp. 84–89.
5. Brodovskaya E. V., Huang T. [Digital generation: civil mobilization and political protest among Russian youth]. In: *Monitoring obshchestvennogo mneniya: ekonomicheskie i sotsial'nye peremeny* [Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes Journal], 2019, no. 5. Available at: www.monitoringjournal.ru (accessed: 16.12.2022).
6. Volodenkov S. V., Fedorchenko S. N. [Traditional political institutions in the context of digitalization: risks and prospects of transformation]. In: *Diskurs-Pi* [Discourse-P], 2022, vol. 19, no. 1, pp. 84–103. DOI: 10.17506/18179568_2022_19_1_84
7. Volodenkov S. V., Artamonova Yu. D. [Information capsules as a structural component of contemporary political Internet communication]. In: *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filosofiya. Sotsiologiya. Politologiya* [Tomsk State University Journal of Philosophy, Sociology and Political Science], 2020, no. 53, pp. 188–196. DOI: 10.17223/1998863X/53/20

8. Gomerov I. N. [Political subjectivity of Russia]. In: *Razvitie territorii* [Territory Development], 2016, no. 2, pp. 46–58.
9. Gomerov I. N. [Subject as a semantic core of political subjectivity]. In: *Razvitie territorii* [Territory Development], 2015, no. 3, pp. 57–59.
10. Dzharkomova Zh. A. [Influence of shadow subjects of politics on political power]. In: *Nauchnye issledovaniya i razrabotki molodykh uchenykh* [Research and development of young scientists], 2014, no. 1, pp. 61–64.
11. Zhuravlev A. L. [Collective subject: main features, levels and psychological types]. In: *Psikhologicheskii zhurnal* [Psychological Journal], 2009, vol. 30, no. 5, pp. 72–80.
12. Mironov V. V. [Digital cave as a possible vector for the development of culture]. In: *XIX Mezhdunarodnye Likhachevskie nauchnye chteniya «Mirovoe razvitie: problemy predskazuemosti i upravlyaemosti»: materialy nauchnoi konferentsii, Sankt-Peterburg, 22–24 maya 2019 g.* [XIX International Likhachev scientific readings “World development: problems of predictability and manageability”: materials of a scientific conference, St. Petersburg, May 22–24, 2019]. St. Petersburg, SPbGUP Publ., 2019, pp. 183–186.
13. Volodenkov S. V., Sidorovich A. V., Shcherbinin A. I., et al. [New subjects and technologies of state policy: actual practice and prospects]. In: *Zhurnal politicheskikh issledovaniy* [Journal of Political Research], 2021, vol. 5, no. 1, pp. 65–91. DOI: 10.12737/2587-6295-2021-5-1-65-91
14. Srnicek N. Platform capitalism (Rus. ed.: Dobryakova M., transl. *Kapitalizm Platform*. Moscow, PH HSE Publ., 2019. 128 p.).
15. Fedorchenko S. N. [Artificial Intelligence Phenomenon: Citizen Between Digital Avatar and Political Interface]. In: *Zhurnal politicheskikh issledovaniy* [Journal of Political Research], 2020, vol. 4, no. 2, pp. 34–57.
16. Olsen M., Schneider B., Zittrain J. Don't Panic: Making Progress on the 'Going Dark' Debate. Cambridge, Berkman Center Research Publication, 2016. 38 p.
17. Rosenau J. N., Czempel E. O., Smith S. Governance without Government: Order and Change in World Politics. Cambridge, Cambridge University Press, 1992. 60 p.
18. Swartz D. Culture & Power: The Sociology of Pierre Bourdieu. Chicago, University of Chicago Press, 1998. 333 p.
19. Van Dijck J., de Winkel T., Schäfer M. Deplatformization and the governance of the platform ecosystem. In: *New Media & Society*, 2021, pp. 60–66. DOI: 10.1177/14614448211045662

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ / INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Чебан Андрей Анатольевич – аспирант кафедры государственной политики Московского государственного университета имени М. В. Ломоносова; e-mail: chebanpolitica@gmail.com

Andrey A. Cheban – Postgraduate student, Department of Public Policy, Lomonosov Moscow State University; e-mail: chebanpolitica@gmail.com

ПРАВИЛЬНАЯ ССЫЛКА НА СТАТЬЮ / FOR CITATION

Чебан А. А. Политическая субъектность транснациональных цифровых корпораций // Вестник Московского государственного областного университета (электронный журнал). 2023. № 1. URL: www.evestnik-mgou.ru

Cheban A. A. Political subjectivity of transnational digital corporations. In: *Bulletin of Moscow Region State University (e-journal)*, 2023, no. 1. Available at: www.evestnik-mgou.ru