

Проблема отчуждения в цифровой экономике

Такиуллин Р.У., Емельянов С.В., Рассолова И.Ю.

Настоящее исследование посвящено анализу одной из наиболее острых проблем современности – феномену отчуждения в условиях цифровой экономики, рассматриваемой через синтез экономического и философского подходов. Актуальность работы обусловлена тотальной цифровизацией общества, когда парадоксальным образом рост технической связанности сопровождается усилением экзистенциального одиночества и разобщенности между людьми. Объектом исследования выступает цифровая экономика как новая социально-экономическая реальность, основанная на сборе и обработке данных. Предметом исследования выступают специфические формы и механизмы отчуждения, порождаемые цифровой реальностью, в частности отчуждение человека от результатов его цифрового труда, от подлинной социальности и от собственной сущности. Цель работы заключается в выявлении и анализе трансформации классических форм отчуждения под влиянием логики цифровых платформ и алгоритмов. В результате проведенного анализа доказываем, что цифровая экономика, будучи апофеозом общества потребления, не преодолевает, а радикально усугубляет отчуждение, так как экономическая логика, превращающая человеческое общение и личные данные в товар, приводит к тому, что индивид, активно взаимодействуя с цифровыми вещами-интерфейсами, отчуждается от живого контакта с другим человеком. Философские концепции К. Маркса, М. Хайдеггера и Г. Дебора служат теоретической основой для раскрытия данного противоречия. Ключевым выводом является констатация фундаментального парадокса – инструменты, созданные для коммуникации, становятся механизмом тотального отчуждения, при котором связь подменяется ее симуляцией, а человек превращается в ресурс для извлечения прибыли.

ДЛЯ ЦИТИРОВАНИЯ

ГОСТ 7.1–2003

Такиуллин Р.У., Емельянов С.В., Рассолова И.Ю. Проблема отчуждения в цифровой экономике // Дискуссия. – 2025. – № 7(140). – С. 14–19.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА

Отчуждение, цифровая экономика, общество потребления, алгоритмическое управление, общество спектакля, экономика внимания, гиперсвязанное одиночество.

DOI 10.46320/2077-7639-2025-7-140-14-19

The problem of alienation in the digital economy

Takiullin R.U., Emelyanov S.V., Rassolova I.Y.

This study analyzes one of the most pressing contemporary issues—the phenomenon of alienation in the digital economy – through a synthesis of economic and philosophical approaches. The relevance of this work stems from the pervasive digitalization of society, where, paradoxically, the growth of technological connectivity is accompanied by increasing existential loneliness and disconnection among people. The object of this study is the digital economy as a new socioeconomic reality based on the collection and processing of data. The subject of this study is the specific forms and mechanisms of alienation generated by digital reality, specifically the alienation of individuals from the results of their digital labor, from authentic sociality, and from their own essence. The goal of this study is to identify and analyze the transformation of classical forms of alienation under the influence of the logic of digital platforms and algorithms. The analysis demonstrates that the digital economy, the apotheosis of consumer society, does not overcome alienation, but rather radically exacerbates it. The economic logic that commodifies human communication and personal data leads individuals, through active interaction with digital interfaces, to become alienated from real-life human contact. The philosophical concepts of Karl Marx, Max Heidegger, and Henri Debord serve as the theoretical basis for uncovering this contradiction. The key conclusion is the recognition of a fundamental paradox: tools created for communication become mechanisms of total alienation, in which connection is replaced by its simulation, and the individual is transformed into a resource for profit.

FOR CITATION

Takiullin R.U., Emelyanov S.V., Rassolova I.Y. The problem of alienation in the digital economy. *Diskussiya [Discussion]*, 7(140), 14–19.

APA

KEYWORDS

Alienation, digital economy, consumer society, algorithmic governance, society of the spectacle, attention economy, hyper-connected solitude.

ВВЕДЕНИЕ

Феномен цифровой экономики, который апологетами технологического прогресса представляется безоговорочным благом и двигателем невиданной эффективности, несет в себе глубокие и пока еще не до конца осмысленные противоречия индивидуального и общественного развития. За «фасадом» удобства, персонализированных сервисов и кажущейся бескрайней свободы скрывается фундаментальная проблема, уходящая корнями в классическую философскую проблему

отчуждения, но обретающая в цифровую эпоху новое, усугубленное измерение. Данное исследование ставит своей целью анализ проблемы отчуждения человека в условиях цифровой экономики через призму синтеза экономического и философского подходов, поэтому мы будем исходить из тезиса, что цифровая среда не просто модифицирует старые формы отчуждения, но порождает уникальные, имманентные ей механизмы, которые трансформируют саму природу человеческих отношений, труда и потребления.

Ключевой парадокс, который предстоит рассмотреть, заключается в следующем, что чем более «присоединенным» и вовлеченным в цифровые сети чувствует себя индивид, тем сильнее его отчуждение от подлинного социального бытия, от результатов своего труда и, в конечном счете, от самого себя. Экономическая логика цифровых платформ и алгоритмов, превращая каждое человеческое действие в источник данных, а каждое социальное взаимодействие – в товар, способствует тому, что человек экономический в обществе «гиперпотребления» [1] все больше отдаляется от другого человека, погружаясь в иллюзорный, но навязчиво-реальный мир цифровых вещей. Для раскрытия этой проблемы мы привлечем концептуальный аппарат ключевых философов, размышлявших об отчуждении, таких как Карл Маркс, Мартин Хайдеггер и Ги Дебор, чьи идеи, несмотря на их доцифровое происхождение, оказываются поразительно проницательными для диагностики современных реалий.

ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

Понятие отчуждения имеет богатую философскую традицию, но его систематическое экономическое осмысление впервые было предложено Карлом Марксом. В своих «Экономическо-философских рукописях 1844 года» [2] К. Маркс анализировал отчуждение трудящегося при капитализме в нескольких аспектах, начиная от продукта своего труда, который ему не принадлежит и превращается во враждебную силу, от самой процессуальной деятельности труда, которая становится принудительной и не приносящей удовлетворения; от своей родовой сущности, заключающейся в свободной сознательной деятельности; и, наконец, от других людей. В контексте цифровой экономики эта классическая схема не только не устарела, но и приобрела новую актуальность – современный «цифровой пролетарий» – это не только программист или дизайнер, но и любой пользователь, чье повседневное поведение – лайки, просмотры, поисковые запросы, социальные связи – становится сырьем для извлечения прибыли. Человек отчуждается от продукта своей цифровой деятельности, создаваемые им данные анонимизируются, агрегируются и превращаются в товар, который продается рекламодателям, политическим технологам и другим игрокам рынка. Этот продукт, будучи отчужденным, возвращается к человеку в виде таргетированной рекламы, навязчивых рекомендаций и алгоритмически сконструированного информационного поля, которое начинает

управлять его сознанием, желаниями и поведением, то есть превращается во враждебную ему силу. Сам процесс взаимодействия с цифровой средой, будь то общение в социальных сетях или потребление контента, все чаще носит характер отчужденной деятельности, так как продиктован не внутренними потребностями личности, а логикой платформы, нацеленной на удержание внимания и максимизацию времени пребывания пользователя. Алгоритмы, определяющие, что мы видим в ленте новостей, с кем общаемся и какую информацию получаем, делают нашу деятельность предопределенной и управляемой извне.

Развивая марксову линию, но смещая акцент с экономики на бытие, немецкий философ Мартин Хайдеггер в своем фундаментальном труде «Бытие и время» [3], а также в работе «Вопрос о технике» [4] предлагает концепцию, которая оказывается чрезвычайно продуктивной для анализа цифровой реальности. Он говорит о «заброшенности» человека в мир, который оказывается под властью «Das Man» – безличного анонимного «Не-Я», диктующего общепринятые стандарты поведения и мышления и в цифровую эпоху это «Das Man» обретает конкретное, почти овеществленное воплощение в лице алгоритмических систем больших технологических корпораций. Социальные сети, поисковые системы и рекомендательные сервисы становятся онтологической структурой, которая предписывает нам, что является значимым, популярным, истинным и желаемым, погоня за лайками, подписчиками, одобрением в виде виртуальных реакций – это современная форма подчинения диктату «Das Man». Хайдеггеровское понятие «постав» [3], как способа раскрытия потаенности мира, при котором все сущее, включая самого человека, рассматривается лишь как ресурс, готовый к оптимизации и использованию, является точной характеристикой цифровой экономики. Человек в ней превращается в «человеческий ресурс» в самом буквальном смысле – он поставщик данных, внимания, психоэмоциональных реакций, то есть его уникальное бытие нивелируется, он становится одним из элементов исчисляемой и управляемой системы. Взаимодействие с миром все более опосредуется интерфейсом, который превращает живое, аутентичное бытие-в-мире в операцию с набором цифровых вещей-объектов.

Французский философ Ги Дебор в своем знаменитом труде «Общество спектакля» [5] предвосхитил логику современной цифровой культуры,

утверждая, что в развитом капитализме общественные отношения опосредованы образами, а жизнь замещается своим репрезентативным представлением – спектаклем. Цифровая экономика является апофеозом общества спектакля, где спектакль становится интерактивным, тотальным и иммерсивным, в социальные сети – это гигантская сцена, где каждый является одновременно и актером, и зрителем. Человек отчуждается от своей реальной жизни, проживая ее через призму кураторства ее цифрового двойника, подлинные переживания, эмоции и отношения подменяются их «симулякрами» [6], предназначенными для демонстрации потребления и статуса. Потребление в цифровую эпоху – это не только и не столько потребление материальных товаров, сколько потребление образов, статусов, идентичностей и впечатлений, которые можно приобрести, продемонстрировать и обменять в социальных сетях. Экономика внимания, на которой построены цифровые платформы, делает главным товаром «взгляд Другого», выраженный в метриках вовлеченности. Отчуждение углубляется: человек отчуждается не только от продукта труда, но и от собственной социальности, которая становится товаром, и от собственной жизни, которая превращается в сырье для производства контента.

В цифровой экономике процесс вовлечения в вещь достигает своей кульминации, если классическое товарное потребление предполагало обладание физическим объектом, то цифровая вещь – это, прежде всего, интерфейс, услуга, опыт, подписка. Человек вовлекается не в вещь как статичный предмет, а в непрерывный процесс взаимодействия с платформой и процесс носит тотальный характер, когда смартфон становится продолжением руки, а цифровая среда – новой средой обитания, но эта вовлеченность иллюзорна. Погружаясь в бесконечные ленты новостей, стримы и игровые миры, индивид вступает в отношения не с другим человеком, а с интерфейсом, спроектированным для извлечения данных и удержания внимания. Социальные связи, опосредованные цифровыми платформами, формализуются, количественно измеряются (число друзей, реакций) и лишаются экзистенциальной глубины, непосредственности и подлинности. Цифровой мир, обещавший глобальную связанность, на деле порождает новую форму одиночества – гиперсвязанное одиночество, когда индивид, окруженный тысячами виртуальных «друзей», чувствует себя непонятым и изолированным в своем реальном, физическом бытии. Экономический человек об-

щества потребления находит свое завершение в человеке цифровом, чье отчуждение становится тотальным, так как он отчужден от продукта своего цифрового труда (данных), от процесса своей цифровой деятельности (управляемой алгоритмами), от своей социальной сущности (подмененной спектаклем) и от своего собственного бытия, которое сводится к роли ресурса в глобальном вычислительном механизме.

РЕЗУЛЬТАТЫ

Проблема отчуждения в цифровой экономике – это не просто частный экономический или технологический вопрос, это глубинная философская и антропологическая проблема, ставящая под сомнение вектор развития современного общества. Проблема указывает на то, что за внешним лоском технологического рая скрывается новая форма отчуждения, возможно, более тонкая и потому более опасная, чем все предыдущие. Преодоление этого отчуждения требует не отказа от цифровых технологий, но развития нового типа критической рефлексии, способной противостоять логике «поставы» и «спектакля» и сознательных усилий по защите пространства подлинного, непосредственного алгоритмами человеческого бытия и общения. Будущее социально-экономического развития будет зависеть от того, удастся ли человеку сохранить себя как субъекта, а не превратиться окончательно в объект-ресурс в глобальной цифровой машине.

Проведенный теоретический анализ позволяет сделать ряд фундаментальных выводов о природе и специфике отчуждения в условиях цифровой экономики: 1) классическая экономическая теория отчуждения Карла Маркса не только сохраняет свою актуальность, но и расширяет сферу своего применения, охватывая теперь не только традиционный труд, но и любую человеческую активность, которая может быть оцифрована, прокомментирована, учтена и превращена в капитал. Отчуждается уже не только труд на фабрике, но и сама жизнь, протекающая в цифровом пространстве; 2) философские концепции Хайдеггера и Дебора оказываются незаменимым инструментом для понимания онтологического и социального измерения этого процесса. Цифровая экономика предстает как «постав», превращающий человека в исчисляемый ресурс, и как тотальный «спектакль», подменяющий реальные социальные отношения их товарными симулякрами.

Главным результатом является выявление ключевого парадокса современности, так техно-

логические средства, созданные для преодоления барьеров в коммуникации и усиления социальной связанности, на деле становятся мощнейшим механизмом отчуждения. Связь становится поверхностной, опосредованной и измеряемой, а подлинная человеческая близость и взаимопонимание оказываются дефицитными ресурсами – человек, активно вовлекаясь в взаимодействие с цифровыми вещами – интерфейсами, платформами, контентом, – незаметно для себя отчуждается от живого, непосредственного контакта с другим человеком. Экономика, построенная на данных и внимании, по своей сущности является экономикой отчуждения, так как ее движущей силой является не удовлетворение человеческих потребностей, а извлечение прибыли из самого процесса человеческого общения и познания мира.

Преодоление нарастающего отчуждения в цифровой среде представляется сложной, но необходимой задачей для сохранения подлинной человеческой субъектности, так как преодоление не подразумевает тотального отказа от технологий, что в современном мире является утопией, но требует сознательных усилий по выстраиванию новых отношений с цифровой средой, где человек будет занимать позицию активного субъекта, а не пассивного объекта манипуляции. Одним из ключевых направлений является развитие цифровой и медийной грамотности, выходящей за рамки технических навыков, то есть формирование у индивида критического понимания экономических моделей, на которых построены цифровые платформы, механизмов работы алгоритмов и способов манипуляции вниманием, когда пользователь осознает, что его лента новостей – это не нейтральное отражение мира, а продукт алгоритмической оптимизации, нацеленной на удержание его вовлеченности, он обретает способность к более дистанцированному и осмысленному потреблению контента. Важным практическим шагом является сознательная практика цифровой гигиены и цифрового минимализма,

которая включает в себя не только регламентацию времени, проводимого перед экранами, но и качественную трансформацию цифровых привычек [7]. Создание собственных правил взаимодействия с цифровым пространством, таких как отключение уведомлений несущественных приложений, цифровые детоксы или культивация практик «медленного» потребления информации, помогает ослабить хватку экономики внимания и восстановить психологическую автономию [8]. На макроуровне ответом на вызовы отчуждения может стать поддержка и развитие альтернативных цифровых экосистем, построенных на иных, не эксплуататорских принципах и ориентированных на сотрудничество, а не на извлечение данных, проекты с открытым исходным кодом, некоммерческие социальные сети, где приоритетом является благополучие пользователя, а не максимизация рекламных доходов. Развитие подобных инициатив, основанных на этических принципах и кооперативной собственности, способно создать здоровую конкуренцию доминирующим моделям и предложить пользователю реальный выбор.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Преодоление отчуждения напрямую связано с усилением реальных, а не виртуальных социальных связей и местных сообществ. Активное участие в жизни своего района, волонтерская деятельность, совместные проекты в физическом пространстве – все это создает среду непосредственного человеческого общения, совместного действия и взаимной поддержки, которая является наиболее мощным антидотом против гиперсвязанного одиночества. Стратегия преодоления лежит в плоскости переопределения самих ценностных ориентиров: от пассивного потребления цифровых продуктов к активному созиданию, от количественных метрик социального одобрения к качеству живого общения, от жизни в алгоритмически сконструированном спектакле к осознанному присутствию в реальном мире.

Список литературы

1. *Бодрийяр, Ж.* Общество потребления: его мифы и структуры / Жан Бодрийяр; [пер. с фр., послесл. и примеч. Е. А. Самарской]. – Москва: Республика: Культурная революция, 2006. – 268 с. – ISBN 5-250-01894-7.
2. *Маркс, К.* Экономическо-философские рукописи 1844 года / Карл Маркс; [сост. и вступ. ст. И. А. Гобозова]. – Москва: Академический проект, 2010. – 775 с.; 21. – ISBN 978-5-8291-1204-2.
3. *Хайдеггер, М.* Бытие и время / Мартин Хайдеггер; [пер. с нем. В. В. Библихина]. – Москва: Акад. проект, 2015. – 447 с.; – ISBN 978-5-8291-1791-7.
4. *Хайдеггер, М.* Вопрос о технике. – Санкт-Петербург: Наука, 2007. – 330 с. – ISBN 978-5-02-026925-5.
5. *Дебор, Г. Э.* Общество спектакля // Ги Дебор; Пер. с фр. С. Офертаса и М. Якубович. – Москва: Лоуоq (Радек), 2000. – 183 с. – ISBN 5-8163-0008-3.

6. *Бодрийяр, Ж.* Симулякры и симуляция / Жан Бодрийяр; [пер. с фр. О. А. Печенкина]. – Тула: [б. и.], 2013. – 202 с. – ISBN 978-5-88422-506-0.
7. *Ван, И.* Инновации в управлении человеческими ресурсами предприятий в контексте цифровизации / И. Ван, Н. Н. Равочкин // Евразийский юридический журнал. – 2024. – № 6(193). – С. 524-525. – EDN BHVZPX.
8. *Влияние цифровизации на производительность труда в развитых и развивающихся экономиках* / А. А. Нурутдинов, А. А. Баграм, Д. В. Басенко [и др.] // Human Progress. – 2024. – Т. 10, № 4. – DOI 10.46320/2073-4506-2024-4a-4. – EDN FJONJM.

References

1. *Baudrillard, J.* Consumer Society: Its Myths and Structures / Jean Baudrillard; [translated from French, afterword and notes by E. A. Samarskaya]. – Moscow: Respublika: Kulturalnaya revolyutsiya, 2006. – 268 p. – ISBN 5-250-01894-7.
2. *Marx, K.* Economic and Philosophical Manuscripts of 1844 / Karl Marx; [compiled and introduced by I. A. Gobozya]. – Moscow: Academicheskyy projekt, 2010. – 775 p.; 21. – ISBN 978-5-8291-1204-2.
3. *Heidegger, M.* Being and Time / Martin Heidegger; [translated from German by V. V. Bibikhina]. – Moscow: Acad. project, 2015. – 447 p. – ISBN 978-5-8291-1791-7.
4. *Heidegger, M.* The Question of Technology. – Saint Petersburg: Nauka, 2007–330 p. – ISBN 978-5-02-026925-5.
5. *Debord, G. E.* The Society of the Spectacle // Guy Debord; Trans. from French by S. Ofertas and M. Yakubovich. – Moscow: Логос (Radek), 2000. – 183 p. – ISBN 5-8163-0008-3.
6. *Baudrillard, J.* Simulacra and Simulation / Jean Baudrillard; [trans. from French by O. A. Pechenkina]. – Тула: [б. и.], 2013. – 202 p. – ISBN 978-5-88422-506-0.
7. *Van, I.* Innovations in Human Resource Management of Enterprises in the Context of Digitalization / I. Van, N. N. Ravochkin // Eurasian Law Journal. – 2024. – No. 6(193). – Pp. 524-525. – EDN BHVZPX.
8. *The Impact of Digitalization on Labor Productivity in Developed and Developing Economies* / A. A. Nurutdinov, A. A. Bagram, D. V. Basenko [et al.] // Human Progress. – 2024. – Vol. 10, No. 4. – DOI 10.46320/2073-4506-2024-4a-4. – EDN FJONJM.

Информация об авторах

Такиуллин Р.У., кандидат философских наук, доцент, доцент кафедры «Философия, история и право» Уфимского филиала Финансового университета при Правительстве РФ (г. Уфа, Российская Федерация).

Емельянов С.В., кандидат экономических наук, доцент, заведующий кафедрой «Философия, история и право» Уфимского филиала Финансового университета при Правительстве РФ (г. Уфа, Российская Федерация).

Рассолова И.Ю., кандидат философских наук, доцент кафедры «Философия, история и право» Уфимского филиала Финансового университета при Правительстве РФ (г. Уфа, Российская Федерация).

© Такиуллин Р.У., Емельянов С.В., Рассолова И.Ю., 2025.

Information about the authors

Takiullin R.U., Ph.D. in Philosophical Sciences, Associate Professor of the Department of Philosophy, History and Law of the Ufa Branch of the Financial University under the Government of the Russian Federation (Ufa, Russian Federation).

Emelyanov S.V., Ph.D. in Economics, Associate Professor, Head of the Department of Philosophy, History and Law of the Ufa Branch of the Financial University under the Government of the Russian Federation (Ufa, Russian Federation).

Rassolova I.Y., Ph.D. in Philosophical Sciences, Associate Professor of the Department of Philosophy, History and Law of the Ufa Branch of the Financial University under the Government of the Russian Federation (Ufa, Russian Federation).

© Takiullin R.U., Emelyanov S.V., Rassolova I.Y., 2025.