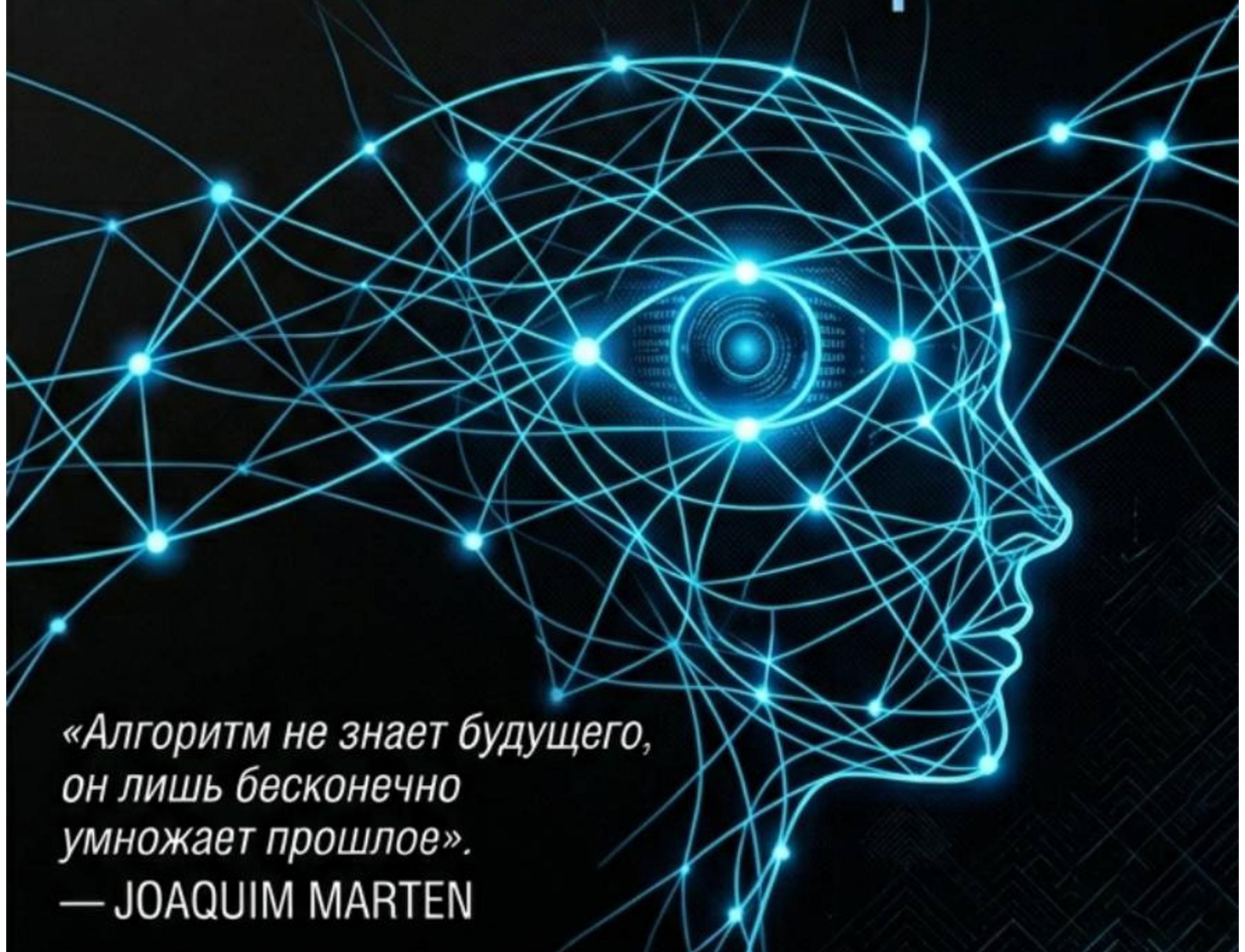


JOAQUIM MARTEN

ИЛЛЮЗИЯ ВЫБОРА

Жизнь в тени алгоритма



*«Алгоритм не знает будущего,
он лишь бесконечно
умножает прошлое».*

— JOAQUIM MARTEN

Joaquim Marten
Иллюзия выбора

«Автор»

2026

Marten J.

Иллюзия выбора / J. Marten — «Автор», 2026

Мы привыкли считать технологии прогрессом, но сегодня они стали архитекторами наших желаний. Автор книги предлагает заглянуть за «бесшовный» фасад рекомендательных систем и увидеть цену нашего цифрового комфорта. В книге анализируются механизмы, превращающие нас из творцов жизни в предсказуемых пользователей. Ампутация любопытства: как алгоритмы замыкают нас в информационных пузырях. Дофаминовая петля: почему мы добровольно делегируем машинам право принимать решения. Кризис воли: что происходит, тогда мы перестаем совершать ошибки, становясь пассивными потребителями прошлого. Это не манифест против прогресса, а честный разговор о поиске границ между эффективностью алгоритмов и личной свободой. Автор призывает осознать «цифровые уязвимости» и вернуть себе роль штурмана. Для тех, кто хочет понять, как устроен цифровой мир изнутри и сохранить субъектность в эпоху тотальной предсказуемости.

© Marten J., 2026

© Автор, 2026

Содержание

Предисловие от автора	5
Глава 1. Генезис предсказуемости	6
1.1. От случайности к алгоритму: как изменился наш мир	6
1.2. Психология «ожидания рекомендации»	8
1.3. Феномен дофаминовой петли: почему мы хотим, чтобы за нас выбрали	9
1.4. Эволюция интерфейсов: от инструментов к советчикам	10
1.5. Философия информационного пузыря	11
Глава 2. Атрофия человеческой воли	13
2.1. Мышца выбора: что происходит, когда мы перестаём принимать решения	13
Конец ознакомительного фрагмента.	14

Иллюзия выбора

Предисловие от автора

В современной технологической индустрии сформировался фундаментальный парадокс. Алгоритмы, разрабатываемые для повышения вычислительной точности, эффективности и логической непротиворечивости систем, при переносе в сферу человеческой деятельности начинают трансформировать саму структуру личного выбора. Технологические принципы, доказавшие свою эффективность в автоматизации сложных задач, при применении к человеческой воле превращают её в предсказуемую величину.

Статистические показатели крупных контентных платформ демонстрируют закономерность: успешная оптимизация интерфейсов — измеряемая ростом времени сессии и показателями удержания — ведет к существенному изменению когнитивных паттернов пользователя. В подобных системах выбор индивида все чаще подменяется предиктивными алгоритмами, формирующими поток контента на основе прошлых данных. В результате пространство личных предпочтений сужается, а волевые решения пользователя делегируются программным агентам.

Данное исследование является попыткой анализа границ между системной эффективностью и автономией личности. Актуальность работы обусловлена необходимостью критического осмысления влияния алгоритмических принципов на когнитивные процессы. Цель исследования — деконструировать механизмы, с помощью которых технологии из инструментов решения задач превращаются в архитекторы человеческих желаний, и оценить долгосрочные последствия этого процесса.

В фокусе работы — механизмы работы рекомендательных систем, влияние минимизации «когнитивного трения» на способность к осознанному выбору, а также риски формирования «информационных пузырей». Авторский подход основан на понимании технологических процессов «изнутри», что позволяет взглянуть на проблему не как на внешний конфликт прогресса и традиций, а как на системную проблему проектирования цифровой среды.

В главах книги анализируются механизмы дофаминовой петли, эрозия критического мышления и постепенная утрата пользователем субъектности. В качестве контрапункта предлагается концепция «когнитивного трения» — необходимого условия для поддержания интеллектуальной активности, которое современные интерфейсы стремятся систематически устранить.

Данный текст приглашает читателя к дискуссии о пределах технологического вмешательства в человеческую волю и о поиске путей сохранения автономии в эпоху тотальной цифровизации.

Глава 1. Генезис предсказуемости

1.1. От случайности к алгоритму: как изменился наш мир

Мир, который мы знали до эпохи тотальной цифровизации, был миром «счастливых случайностей». Понятие серендипити — способности находить ценное там, где его не искали, — было естественной частью человеческого бытия. Мы находили друзей в случайных компаниях, открывали для себя музыку, услышав её из окна проезжающей машины, и совершали интеллектуальные прорывы, просто сбившись с намеченного пути.

Вспомните, как вы в детстве заходили в библиотеку. Вы шли за конкретной книгой, но потом взгляд цеплялся за корешок соседнего тома — незнакомый автор, странное название. Вы брали его наугад. Иногда разочаровывались. Но иногда именно эта случайная книга переворачивала всё. Именно она становилась той, которую вы помните всю жизнь. Именно она указывала путь, о котором вы и не догадывались.

В той «аналоговой» реальности выбор был актом сопротивления инерции. Чтобы найти книгу, которая изменит твои взгляды, нужно было зайти в магазин, перебрать сотни корешков, довериться интуиции или случайно брошенной фразе продавца. В этом процессе ошибки были не просто возможны — они были обязательны. Ошибка учила нас отличать своё от чужого, глубокое от поверхностного. Мы формировали свой вкус через болезненное столкновение с тем, что нам не подходило. Наш личный «алгоритм» строился на пробах и ошибках, на преодолении сопротивления среды.

Сегодня этот мир стремительно уходит в прошлое. Мы живём в эпоху «инженерной предсказуемости». Современная инфраструктура потребления — от контентных платформ до e-commerce — построена на жёстком исключении случайности из пользовательского опыта. Алгоритмы рекомендаций, которыми пронизана наша жизнь, работают как крайне старательные официанты: они приносят на подносе только то, что с вероятностью 99% соответствует нашему «цифровому профилю». Они знают, какие визуальные образы нас цепляют, какой ритм подачи информации удерживает внимание, какой контент заставляет нас чувствовать себя в зоне комфорта.

Изнанка этого процесса хорошо известна тем, кто работает в индустрии. Главная метрика — снижение когнитивного трения. Разработчики хотят, чтобы пользователю было «легко». Но, исключая из опыта риск встречи с чем-то неудобным, чуждым или даже откровенно непонятным, система ампутирует наше любопытство. Мы перестаём быть исследователями.

Показательна история с книжными магазинами. Amazon начинал как место, где можно было купить любую книгу — невероятную свободу выбора. Но постепенно алгоритм рекомендаций стал доминировать над интерфейсом. Сегодня среднестатистический покупатель на Amazon видит в первую очередь не всё многообразие книжного мира, а «книги для людей, похожих на вас». Система работает эффективно — конверсия растёт. Но что мы теряем? Мы теряем тот самый шанс наткнуться на книгу, которая «не для таких, как вы», — и именно поэтому изменит вас.

Мы перешли от мира, где мы выбирали сами, к миру, где «выбор» подбирают для нас, основываясь на данных о нашем прошлом. Мы стали заложниками собственного вчерашнего опыта. Система не предлагает нам ничего, что выходило бы за рамки нашего исторического профиля, потому что это невыгодно для модели. В итоге наш мир сужается до бесконечного повторения того, что мы уже когда-то одобрили.

Самое пугающее здесь — не то, что технология «шпионит» за нами. Самое страшное — то, что мы постепенно теряем сам навык поиска. Мы отучаемся быть первооткрывателями

своей собственной жизни, передавая это право коду. Мы становимся предсказуемыми — и это делает нас уязвимыми для любого вида социального и рыночного инжиниринга.

Круг замыкается, и мы перестаём даже знать о существовании того, что за его пределами.

1.2. Психология «ожидания рекомендации»

Представьте эксперимент. Двум группам студентов дают задание: найти интересную статью для прочтения. Первая группа получает доступ к обычной библиотеке. Вторая — к системе с персонализированными рекомендациями. Через месяц обе группы проходят тест на широту кругозора и способность работать с новыми идеями.

Результат предсказуем, но от этого не менее тревожен: студенты второй группы читали больше, тратили меньше времени на поиск — и при этом показали худшие результаты в тестах на интеллектуальную гибкость. Почему? Потому что система, которая облегчила поиск, одновременно сузила его границы.

В психологии это состояние известно как «выученная беспомощность», перенесённая в цифровую среду. Когда внешняя система (алгоритм) берёт на себя роль навигатора во всех аспектах жизни, внутренняя «мышца» принятия решений начинает атрофироваться. Мы перестаём спрашивать себя: «Что мне действительно интересно узнать или прочитать сегодня?». Вместо этого мы задаём себе негласный вопрос: «Что сегодня приготовила для меня лента?»

Этот переход — от активного субъекта к пассивному получателю — происходит незаметно. Вот вы в первый раз используете рекомендательный сервис. Это удобно. Вот вы во второй раз — и снова удобно. Через полгода вы уже не помните, как искали что-то самостоятельно. Это не метафора. Это буквальная перестройка когнитивных привычек.

Мы переходим в режим «пассивного ожидания входящего сигнала». В инженерных терминах нас превращают из активных субъектов в «конечные узлы» сети, которые должны лишь подтвердить выбор алгоритма, чтобы поток данных не прерывался. Когда мы делегируем системе выбор — от музыки до новостной повестки — мы не просто экономим время, мы постепенно теряем связь со своими собственными предпочтениями.

Здесь возникает фундаментальное противоречие. Профессиональная этика инженера требует, чтобы система работала идеально и предугадывала желания пользователя. Но как человек понимаешь, что идеал здесь — это смерть личности. Система стремится к предсказуемости, потому что предсказуемость — это залог успеха алгоритма. Человек же стремится к развитию, которое по определению непредсказуемо.

Когда мы «сдаёмся» на милость рекомендаций, мы добровольно принимаем условия игры, где наша предсказуемость становится главным активом компании-разработчика, а наша уникальность — досадной помехой, которую система старается «сгладить» для лучшей конверсии.

Любопытно наблюдать за тем, как меняется язык, которым люди описывают свои предпочтения в эпоху алгоритмов. Всё чаще в разговорах звучат фразы: «Мне Spotify посоветовал», «Netflix поставил следующим», «алгоритм решил». Субъект действия незаметно сместился с человека на систему. Это не просто речевой оборот — это симптом более глубокого изменения в том, кто является автором выбора.

Мы становимся заложниками собственного комфорта. Ожидание рекомендации — это отказ от права на ошибку, от права на «неправильный» выбор, который мог бы стать началом чего-то нового. Мы выбираем удобство предсказуемости, рискуя променять свою субъектность на роль пассивного потребителя собственного прошлого.

1.3. Феномен дофаминовой петли: почему мы хотим, чтобы за нас выбирали

В нейробиологии есть понятие переменного подкрепления. Это режим, при котором вознаграждение выдаётся не всегда и не предсказуемо — иногда, иногда нет, в случайном порядке. Именно такой режим вызывает наиболее сильную зависимость. Именно на нём работают игровые автоматы. И именно на нём построены алгоритмические ленты социальных сетей.

В индустрии есть термин — «удержание» (retention). Это «святой Грааль», который определяет успех продукта. Чтобы добиться высокого удержания, алгоритмы проектируются таким образом, чтобы создавать петлю положительного подкрепления, которую в нейробиологии принято называть дофаминовой петлёй.

Механизм достаточно прозрачен: система анализирует тысячи параметров нашего поведения, чтобы предсказать действие, которое гарантированно вызовет эмоциональный отклик — будь то радость, возмущение или минутное развлечение. Как только алгоритм находит этот «триггер» и предъявляет его нам, мозг получает порцию дофамина. Это не просто радость от контента, это химическое вознаграждение за то, что система «угадала» наше желание.

Но есть важный нюанс, который часто упускают из виду. Не весь контент одинаково «работает» с точки зрения дофаминового отклика. Контент, вызывающий тревогу, возмущение или страх, активирует дофаминовую систему сильнее, чем контент нейтральный или позитивный. Наш мозг эволюционно настроен на быстрое реагирование на угрозы — это помогало выжить в саванне. Алгоритмы «знают» об этом, потому что данные об этом есть в паттернах поведения миллионов пользователей. И используют это знание.

Именно поэтому новостные ленты заполняются всё более тревожным контентом. Не потому что мир стал хуже, а потому что тревожные новости лучше удерживают внимание. Мы скроллим быстрее, мы реагируем сильнее, мы остаёмся дольше. Алгоритм доволен. Мы — в состоянии хронического фонового стресса, который сами для себя создали, нажимая «открыть приложение».

Проблема в том, что мозг быстро адаптируется к таким стимулам. С каждым разом нам требуется всё более точное «попадание», чтобы почувствовать тот же уровень удовлетворения. Мы начинаем подсознательно стремиться к тому, чтобы система делала за нас всё больше выборов, потому что это самый короткий путь к получению дофаминового вознаграждения. Поиск, размышление, сравнение вариантов — всё это требует энергозатрат и не гарантирует мгновенного «приза». Алгоритм же предлагает «беспроектную лотерею».

Мы хотим, чтобы за нас выбирали, не потому что мы ленивы, а потому что нас приучили к тому, что выбор — это зона риска, а алгоритмическая рекомендация — зона комфорта. Наша «система вознаграждения» начинает реагировать не на наши истинные интересы, а на те стимулы, которые система научилась эффективно упаковывать для нас.

В конечном итоге, дофаминовая петля — это не про технологии, это про фундаментальную уязвимость человеческой психики перед лицом систем, которые знают нас лучше, чем мы сами себя знаем. Мы добровольно передаём штурвал машине, потому что она обещает избавить нас от главного страха современности — страха ошибиться в своём выборе.

1.4. Эволюция интерфейсов: от инструментов к советчикам

Есть интересное упражнение для понимания того, как изменились наши отношения с технологиями. Возьмите старый учебник по работе с компьютером, изданный в 1990-х годах. Вся терминология там — активная: пользователь «вводит», «выбирает», «запускает», «управляет». Пользователь всегда является субъектом действия.

Теперь откройте современное руководство по работе с умным ассистентом или рекомендательным сервисом. Терминология меняется: система «предлагает», «подсказывает», «помогает», «показывает». Незаметно, но неуклонно субъект и объект поменялись местами.

Если десятилетие назад программное обеспечение создавалось как инструмент — набор функций, которые пользователь активирует по своей воле для решения конкретной задачи, — то сегодня строятся системы, работающие как проактивные советчики. Раньше интерфейс был «пассивным». Вы открывали текстовый редактор, браузер или калькулятор, и они ждали ваших команд. Вы были мастером, а программа — молотком.

Сегодня же интерфейс стал «агрессивным». Он не ждёт, он предлагает. Ленты соцсетей, контекстная реклама, рекомендации контента — всё это элементы интерфейса, которые постоянно «подталкивают» пользователя к определённым действиям. В мире разработки это называется *nudge* (подталкиванием), и считается верхом дизайнерского мастерства.

С инженерной точки зрения, состоялся переход от модели «Request-Response» (запрос-ответ) к модели «Prediction-Action» (предсказание-действие). Система пытается предугадать ваш запрос ещё до того, как вы его сформулировали. Хороший пример — автодополнение в поисковых строках или «умные» ответы в мессенджерах. Это удобно, спору нет. Но в этом удобстве кроется тонкий подвох: интерфейс начинает задавать рамки того, что вообще можно спросить или ответить.

Рассмотрим конкретный пример с почтой. Когда Gmail ввёл функцию «умных ответов» — готовых фраз для быстрого ответа на письмо, — многие были в восторге от удобства. Но что реально происходит? Вместо того чтобы сформулировать свою мысль, вы выбираете из трёх вариантов: «Отлично!», «Спасибо!», «Посмотрю позже». Вы не общаетесь — вы нажимаете кнопки. Со временем люди привыкают к этому формату и начинают писать письма так, чтобы на них удобно было отвечать «умными ответами». Интерфейс изменил не только способ коммуникации, но и её содержание.

1.5. Философия информационного пузыря

Представьте двух людей — назовём их Андрей и Сергей. Они живут в одном городе, имеют схожее образование и оба ежедневно читают новости в интернете. Но политические взгляды у них диаметрально противоположны, и при встрече они не просто не соглашаются друг с другом — они кажутся друг другу живущими в разных реальностях. Каждый убеждён, что именно он видит «правду», а оппонент введён в заблуждение.

Это не случайность и не просто разница в воспитании. Это прямое следствие информационных пузырей, в которых каждый из них находится. Алгоритмы их новостных лент годами показывали им разный мир — не потому что кто-то намеренно хотел их посорить, а потому что каждый из них «кликал» на разное, и системы научились давать им больше того, на что они кликают.

Персонализация часто воспринимается как нечто позитивное. Но за этим фасадом скрывается явление, которое можно назвать «алгоритмической сегрегацией». Когда система обучается предсказывать мои предпочтения, она не просто помогает мне находить контент — она систематически вырезает из моего поля зрения всё, что не вписывается в заданный вектор моих интересов.

В основе работы большинства рекомендательных систем лежит задача максимизации «сигнала» (клика, просмотра, подписки). Алгоритм быстро понимает: самое эффективное средство удержания внимания — это предоставление контента, который резонирует с уже имеющимися убеждениями пользователя. Мы называем это «релевантностью», но на философском уровне это означает изоляцию. Система перестаёт предлагать нам то, что могло бы нас озадачить, переубедить или заставить сомневаться.

Для разработчика это победа эффективности: пользователь доволен, метрики растут, время в приложении увеличивается. Но для человека это интеллектуальный застой. Информационный пузырь — это не просто отсутствие «других мнений». Это отсутствие самого фундамента для критического мышления.

Более того, мы склонны проецировать этот комфорт на всё общество. Нам начинает казаться, что весь мир думает так же, как мы, потому что именно это транслирует нам экран. Когда же мы сталкиваемся с реальностью, где люди мыслят принципиально иначе, это вызывает у нас не любопытство, а шок и агрессию. Система не просто «подстраивается» под нас — она радикализирует наши предпочтения, превращая их в единственно возможную картину мира.

Философия пузыря — это философия отсутствия «Другого». В аналоговом мире «Другой» был неизбежностью: сосед, случайный прохожий, коллега с иными взглядами. В цифровом мире мы можем полностью элиминировать любого, кто нарушает нашу когнитивную гармонию. Мы строим персональные реальности, в которых правда стала услугой, подстраиваемой под наш запрос. И в этом добровольном заточении мы теряем не только объективную истину, но и саму возможность сосуществования в едином, пусть и противоречивом, общественном пространстве.

Есть один примечательный эксперимент, который провёл исследователь Эли Паризер — человек, придумавший сам термин «пузырь фильтров». Он попросил двух своих друзей — либерала и консерватора — одновременно погуглить одно и то же слово «Египет» (дело происходило во время Арабской весны). Результаты поиска были совершенно разными: один увидел новости о революции, другой — туристические предложения. Один и тот же поисковик, один и тот же запрос — и два абсолютно разных мира в ответ.

Это не злой умысел. Это логика системы, оптимизированной под кликабельность. Но последствия этой логики — политическая поляризация, неспособность к диалогу и постепен-

ная утрата общего публичного пространства, в котором граждане могли бы находить общий язык.

Глава 2. Атрофия человеческой воли

2.1. Мышца выбора: что происходит, когда мы перестаём принимать решения

В 1960-х годах психолог Мартин Селигман провёл серию экспериментов, которые перевернули понимание психологии поведения. Он помещал собак в клетки, где они периодически получали удары тока. Одни собаки могли нажать на рычаг и остановить разряды. Другие — нет: ток прекращался независимо от их действий, в случайные моменты.

Потом условия менялись. Всех собак помещали в ситуацию, где уйти от разрядов было легко — достаточно перепрыгнуть через невысокий барьер. Первая группа собак быстро это обнаруживала и убегала. Вторая группа — та, которой раньше не давали контроля над ситуацией, — просто ложилась на пол и терпела боль. Они не пробовали убежать. Они уже «знали», что это бесполезно. Хотя это было неправдой.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «Литрес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на Литрес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.