

ЗНАНИЕ И ИСТИНА В ЦИФРОВОМ ПРОСТРАНСТВЕ

Е. Н. Ищенко

Воронежский государственный университет

Поступила в редакцию 1 июля 2024 г.

Аннотация: одной из специфических особенностей современной ситуации является трансформация представлений о знании и истине, их роли в развитии общества и человека. Деиерархизация, привнесенная сетевыми технологиями распространения информации, приводит к размыванию границ между знанием и мнением, фактами и интерпретациями, законами и гипотезами, истиной и ложью. Картина мира в цифровом пространстве складывается в соответствии с логикой нарратива, предлагающего универсальные объяснительные схемы для фактов вне зависимости от степени их достоверности. Новые вызовы требуют адекватных ответов, которые связаны в первую очередь с поисками новых моделей просветительской деятельности.

Ключевые слова: знание, деиерархизация знания, пост-истина, нарратив, цифровое пространство.

Abstract: one of specific features of contemporary situation is a transformation of concepts of knowledge and truth, their role in the development of society and people. A de-hierarchization brought about by the web information technologies result in blurring of boundaries between knowledge and opinion, facts and interpretations, scientific laws and hypotheses, truth and false. Picture of the world in digital space is constructed according to the logic of narrative that offers universal explanatory schemes for facts regardless of their degree of credibility. New challenges require adequate responses, which are related primarily to a search for new models of enlightenment.

Key words: knowledge, de-hierarchization of knowledge, post-truth, narrative, digital space.

Формирование картины мира современного человека связано с его бытованием в разорванном, фрагментированном цифровом пространстве. На смену последовательному и постепенному наращиванию знаний и навыков приходит существование в неструктурированном информационном потоке, внутри которого границы между знанием и мнением, фактами и интерпретациями, достоверными данными и непроверенными источниками размыты и неочевидны. Выбор, с которым в повседневной практике сталкивается обитатель цифровой реальности, может быть охарактеризован «формулой» С. Кьеркегора: «или-или-безразлично». Феномен post-truth, связанный с обесмысливанием стремления к достижению истины как важнейшей ценности человеческого существования, становится серьезным симптомом кризиса. Довольно распространена сегодня точка зрения, согласно которой философским провозвестником релятивизации истины является Ф. Ницше. Как нам представляется, подобная интерпретация не учитывает, как минимум, один важный аспект. На первый взгляд, Ницше действительно пишет о том, что истина – это: «движущаяся толпа метафор, метонимий, антропоморфизмов, короче, сумма человеческих отношений, которые были возвышены, перенесены и украшены поэзией и риторикой и после дол-

гого употребления кажутся людям каноническими и обязательными: истины – иллюзии, о которых позабыли, что они таковы...» [1, с. 440]. Отсюда, впрочем, совершенно не следует, что стремление к истине должно быть полностью отринуто. Более того, Ницше призывает обратиться к осмыслению его истоков, поскольку «...до сих пор мы слышали лишь об обязательстве, которое нам ставит общество – как залог своего существования, – обязательстве быть правдивыми, т. е. употреблять обычные метафоры, или, выражаясь морально, об обязательстве лгать согласно принятой условности, лгать стадно в одном для всех обязательном стиле» [там же]. Иначе говоря, философ в свойственной ему манере разметил проблемное поле социальных измерений истины и знания, разоблачая «призраки» как стереотипы, которым следует большинство, лишённое критического взгляда на вещи. Именно в этом смысле ницшеанский подход оказывается исключительно актуальным.

Остановимся на рассмотрении нескольких ключевых сюжетов, связанных с изменениями в понимании знания и истины в обществе, которое с недавних пор наряду с другими определениями («постмодернистское», «постиндустриальное», «информационное», «информациональное», «цифровое», «глобализирующееся» и т. п.) принято называть «обществом знания».

Первой в фокусе нашего внимания оказывается экономическая составляющая современного дискурса о знании, тесно связанная с происходящими буквально на наших глазах трансформациями общественного производства товаров и услуг. Предложивший удачный термин «меркантилизация знания» Ж.-Ф. Лиотар [2] предвосхитил широкое распространение трактовки знания как источника выгоды. Стоит отметить, что сегодня столь одномерное понимание знания во многом ассоциируется уже не только и не столько с постмодернистской парадигмой, сколько с новым этапом развития капитализма. В литературе существует целый веер концепций, которые так или иначе отражают связь знаний, новых информационных технологий как площадок его распространения, цифровизации и алгоритмизации с капиталистическим способом организации экономики. Перечислим лишь некоторые: капитализм знаний (А. Горц) [3], технокапитализм (Д. Келлнер) [4], гиперкапитализм (Дж. Рифкин) [5], «клеевый» (cool) капитализм (Дж. МакГиган) [6], платформенный капитализм (Н. Срничек) [7]. Несмотря на то что авторы прежде всего обращают внимание на экономические и/или социальные последствия процессов, происходящих в современном обществе, они так или иначе фиксируют важные изменения в понимании знания *per se*.

Пожалуй, наиболее резко в негативном ключе оценивает трансформации общества А. Горц: «Вследствие своих внутренних противоречий и непоследовательности капитализм знаний представляется крайне неустойчивой, уязвимой, чреватой культурными конфликтами и социальным антагонизмом формой общественного устройства. <...> Капитализм знаний – это не капитализм, подверженный кризисам, он сам и есть кризис капитализма, до глубин потрясающий общество» [3, с. 83]. Осмысляя происходящее в марксистской концептуальной рамке, он утверждает, что «знания в принципе не приспособлены к тому, чтобы служить товаром. Затраты на их производство зачастую трудно определить, их стоимость как товара невозможно измерить общественно необходимым трудом, затраченным на их создание. Никто не может определить, где начинается и где кончается труд по открытию новых знаний» [там же, с. 14]. Вслед за этим можно поставить не менее важные вопросы. С одной стороны, общество заинтересовано в новых знаниях и основанных на них технологиях, но с другой – есть ли у нас основания полагать, что в цифровом мире существуют надежные способы проверки знания, механизмы установления истины? Как нам представляется, проблема состоит не только и не столько в том (как отмечает Горц), что знание не может быть рассмотрено как товар. Не менее острым вызовом современной эпохи является

сведение многообразия знания к его экономической составляющей. Представление о знании как общественном благе, расширяющем горизонты понимания мира, утверждающем человеческое достоинство, подвергается серьезным испытаниям. Дегуманизация знания – процесс сложный и многоуровневый – приводит к истончению слоя человекообразных смыслов. Кроме того, значительные инвестиции в производство знаний предусматривают экономическое влияние на продвижение результатов исследований, успешность и эффективность которых выдвигаются на первый план. Поскольку и процедуры проверки, и доказательства достоверности могут существенно удлинять «производственный цикл», возникает объективное противоречие между стремлением к сокращению издержек, с одной стороны, и мотивацией к надежному установлению истинности полученных знаний – с другой. Не менее важными становятся также обстоятельства, связанные с пониманием знания в его культурном измерении. Так, в фокусе внимания исследований Д. Келлнера [4] оказывается влияние экономических трансформаций на сферу культуры, которая концентрируется вокруг ценностей массовости, потребления и зрелищности. Позже специально отметим роль визуальной составляющей в современных представлениях о знании. Поскольку главным в общественной системе становятся смыслы, ассоциации, которые навязываются потенциальным потребителям при помощи современных медиа, вещи, по мнению Келлнера, «дематериализуются». В такой структуре общества знания не имеют ценности сами по себе, их значимость определяется способностью представлять нечто как предмет потенциального потребительского интереса, действуя, если угодно, в противоположность принципу Оккама, бесконечно умножая «сущности».

Если для Горца и Келлнера принципиальным моментом оказывается нематериальность знания, то для Н. Срничека [7] на первый план выдвигаются данные, которые носят вполне ощутимый материальный характер. Информация становится товаром, данные – новым типом сырья, а владельцы платформ – основными выгодоприобретателями. Современный человек и добровольно своей активностью в социальных сетях, и вынужденно, пользуясь возможностями цифровой среды, многочисленными сервисами, обучаясь, узнавая информацию разного рода, предоставляет платформам колоссальный массив информационных данных. Н. Срничек совершенно справедливо замечает, что «ключом к получению прибыли служит не просто сбор данных, но и их анализ» [там же, с. 53]. Различая «данные (информация о том, что нечто произошло) и знание (информация о том, почему нечто произошло)», он констатирует, что «данные могут включать знание, но необязательно» [там же,

с. 37]. Проблема состоит не только в том, что граница между информацией и знанием оказывается размытой. Анализ данных предполагает некие алгоритмы их преобразования, которые на «выходе» должны предоставлять информацию, к примеру, о потребительском поведении, достоверность которой может быть проверена в процессе действий в экономической сфере. Таким образом, способы оперирования данными, если угодно, становятся концептуальным фронтиром, на котором сосуществуют и взаимодействуют и социальные, и научные интересы. Дело в том, что использование данных для анализа различных феноменов, связанных с предметным полем социальных и гуманитарных наук, является одним из важных направлений современных исследований [8]. Тем не менее эмпирические данные, подвергаемые алгоритмической обработке, представляют собой лишь первичный материал, интерпретируемый учеными в соответствии с некоторыми базовыми теоретическими установками. В этом смысле анализ данных может стать концептуальной «ловушкой», в которой в способах их обработки имплицитно уже содержится «нужный» результат.

Вторым важным сюжетом в контексте рассматриваемой темы является проблема идентификации социальной группы производителей знания. Происходящие перемены приводят, в частности, к десакрализации профессионального знания. Иначе говоря, претензии на роль «знающего лучше других», прежде институционализированные, сегодня доказываются посредством медийных механизмов, обращенных к массовому потребителю. Тонкая пленка профессионального знания рискует быть поглощенной кипящим котлом, в котором в качестве «знания» представлены всевозможные конспирологические теории, результаты псевдонаучных исследований, мнения «авторитетных экспертов» и т. п. Более того, современный медиадискурс предоставляет невиданные прежде возможности для распространения информации, в том числе, разумеется, и заведомо ложной. Стремление к построению кибердемократии, поначалу сопровождавшееся оптимистическими прогнозами, фактически привело к тому, что цифровая реальность принципиально не иерархична, ее конструкция не предполагает существования как оппозиции «знание/мнение», так и оппозиции «истина/ложь». Таким образом, недоверие к интеллектуалам как хранителям и производителям знания резонирует с идеей всеобщего равноправия не только в процессе получения информации, но и ее производства.

Современная ситуация существенно осложняется не только трансформациями *содержания* знания, но и изменениями, связанными с *формой* его представления. Экранная культура предполагает специфические способы бытования знаний, влия-

ющие на механизмы их усвоения и осмысления, поскольку индивидуальное сознание вынуждено обрабатывать множество данных как в вербальной, так и аудиовизуальной форме, постоянно переключаясь с одного регистра восприятия на другой. «Визуальный поворот», в последние годы оказавшийся в фокусе внимания исследователей, прежде всего, означает новое качество среды повседневного существования человека, в которой цифровой образ и связанные с ним эмоциональные коннотации превалируют над рациональным анализом. Взаимоотношения вербального и визуального оказываются, в некотором смысле, «перевернутыми»: теперь уже не картинка иллюстрирует текст, а текст следует за картинкой.

Поскольку эффективность всё чаще вытесняет служение истине, меняется и представление о той социальной группе, которая может прийти на смену независимым интеллектуалам, авторитет которых до недавнего времени был довольно высок. Понятие «креативного класса» (Р. Флорида) стало одной из первых попыток идентификации социальной группы, основной характеристикой которой в современном обществе является «способность создавать новые формы» [9, с. 5]. Включение в новый класс широкого круга людей, представляющих различные сферы деятельности – от юриспруденции и медицины до дизайна и образования, подразумевает выделение внутри одной и той же страты, условно говоря, подгрупп «креативных профессионалов». По мнению Флориды, по мере развития экономики доля профессий, входящих в структуру креативного класса, будет возрастать. Отметим, что наряду с алармическими настроениями, подогреваемыми опасениями, связанными с проникновением на территорию человеческого познания технологий искусственного интеллекта, в актуальном философском дискурсе немало «технооптимистов», которые – вслед за Флоридой, возлагают надежды на «новых интеллектуалов». Однако, в отличие от «креативного класса», вписанного в социальную структуру, речь может идти о некоторых «маргинальных» группах. Так, по мнению Е. В. Масланова, «цифровые технологии дают возможность по-новому организовать жизнь людей, что приводит к трансформации социальной структуры и формированию новых маргинальных социальных групп. Одной из них и является научный прекариат, который своей жизнью в нестабильных условиях побуждается к поиску креативных решений научных и технических задач и проблем. <...> Созданные им новые решения могут пополнить коллективное неявное знание, изменить нашу социальную жизнь благодаря цифровым технологиям возникают невиданные возможности для научного прекариата, который своей жизнью в нестабильных условиях побуж-

ждается к поиску креативных решений научных и технических задач и проблем» [10, с. 42]. Тем не менее возникает резонный вопрос о том, не происходит ли искусственное стимулирование новаций в ущерб глубине понимания уже существующих знаний? Креативность означает не просто создание чего бы то ни было нового, но его осмысление, возможно, приводящее в смене исследовательской оптики. Иначе говоря, развитие человеческого когнитивного аппарата не поспевает за процессом распространения новых технологий, не может качественно осмыслить обилие «креативных» предложений, равно как и оценить ближайшие и отдаленные последствия их применения.

Наконец, третий сюжет касается поиска новых стратегий просветительской деятельности как важнейшего способа сохранения знаний, а также развития когнитивных способностей и навыков современного человека.

Для начала попробуем выявить некоторые особенности актуальной ситуации, напрямую связанные с процессами трансляции знания. Прежде всего, как нам представляется, фрагментированность цифрового пространства оказывается фактором, в некотором смысле, провоцирующим стремление современного человека к восстановлению целостности картины мира. Информационная избыточность требует механизмов упорядочивания в границах индивидуального сознания. Деиерархизация знания приводит к созданию синкретических информационных паттернов, в границах которых различные виды знания, представленные разными способами, встраиваются в рамку базисных положений, упорядоченных в соответствии с *логикой нарратива*. Повествовательная структура отсекает «лишние» детали, сосредотачиваясь на сюжете, в котором те или иные факты укладываются в объяснительную схему, позволяющую интерпретировать любые факты (вне зависимости от степени их достоверности), путем использования клишированных приемов и способов оперирования «данными». Информационная фильтрация, нишевость и адресность современной медиасреды обеспечивают условия для сосуществования различных нарративов, которые конкурируют друг с другом лишь для «внешнего наблюдателя». Пользователь движется по информационному коридору, заботливо предоставленному ему современными медиатехнологиями, направленными на формирование привычной среды, в которой встреча с иной точкой зрения оказывается в принципе невозможной. Нельзя не отметить, что отсутствие диалога между обитателями различных сфер медиaprостранства является основанием для безграничного и безнаказанного распространения ложной информации и представляет собой один из серьезных факторов социального риска. Более того,

как точно отмечает Б. И. Пружинин, в современном обществе процесс фрагментации затрагивает и саму науку, разделенную на локальные научные сообщества, «коммуникация между которыми затруднена по эпистемологическим причинам или просто невозможна по причинам социальным» [11, с. 138].

В подобной ситуации возрастает ценность конструктивного диалога, стремление вырваться за рамки готовых объяснительных схем и нарративов. Особую роль в этом процессе играет просветительство как важнейший культурный институт, значение которого трудно переоценить. Очевидно, что глобальные сдвиги требуют выработки новой парадигмы Просвещения. Разумеется, формирование критических компетенций является одной из наиболее важных задач, наследуемых от истоков просветительства. Однако понимание широкой доступности знания как социального блага с развитием информационного обмена приобретает новое измерение. На первый план, как нам представляется, выходит не обеспечение буквально понятого доступа к знанию, но разоблачение широко распространенной сегодня иллюзии «знания по запросу», не требующего личностного усилия и кропотливой интеллектуальной работы. Как справедливо отмечает И. Пильщиков, «доступность разного рода энциклопедической информации по разным аспектам знания из плюса легко становится минусом, потому что вместе с фактом тебе не предоставлен путь к этому факту. Раньше это знание добывалось так: ты вырабатывал методику его получения, и по дороге к факту – от дерева к ветке, от ветки к листику – встречал много интересного. Ну а когда “ствола больше нет”, познающему непонятно, как один листик связан с другим» [12, с. 29].

Пробуждение в человеке стремления к изменению точки зрения, выходу из информационной «эхо-камеры», развитие рефлексивных способностей становятся точками сборки для выработки новых форм диалога, соответствующих реалиям цифровой эпохи. Как нам представляется, одной из успешных современных просветительских стратегий может стать «реновация» хорошо зарекомендовавших себя способов популяризации, обладающих системностью и учитывающих уровень образования потенциального читателя-зрителя-слушателя. Необходимым оказывается некоторый «входной порог», достижение которого стимулирует познавательную активность. Мультиформальность в таком случае оказывается дополнительным подспорьем как для трансляции знания, так и для адекватной оценки личностных достижений. Появление новых стратегий просветительства, ориентированных на различные целевые аудитории, но при этом предполагающих прозрачные критерии перехода с одного уровня усвоения знаний на другой, вы-

страивающих иерархии, может способствовать конструктивному диалогу, необходимому для развития современного общества.

Контекстуальность знания и когерентность истины как маркеры эпохи выражают важные процессы, происходящие в общественном сознании. Понятие «post-truth», получившее широкое распространение в последние годы, манифестирует отчаяние современного человека, заглянувшего в цифровую бездну. В ситуации неопределенности и риска человек склонен обращаться к прошлому в поисках исторических аналогий. Если использовать известную метафору, можно констатировать, что маятник метамодерна застыл в точке между Новым Средневековьем и Новым Возрождением. В каком направлении будет происходить движение, во многом зависит от усилий сообщества просветителей.

ЛИТЕРАТУРА

1. Ницше Ф. Полн. собр. соч. : в 13 т. М. : Культурная революция, 2013. Т. 1, ч. 2. 480 с.
2. Лиотар Ж.-Ф. Состояние постмодерна. М. : Ин-т эксперим. социологии ; СПб. : Алетейя, 1998. 160 с.
3. Горц А. Нематериальное. Знание, стоимость и капитал. М. : Издат. дом Гос. ун-та Высш. шк. экономики, 2010. 208 с.
4. Kellner D. Critical Theory, Marxism and Modernity. Cambridge : Polity Press, 1989. 270 p.
5. Rifkin J. The Age of Access : How the Shift from Ownership to Access is Transforming Capitalism. London : Penguin, 2000. 320 p.
6. McGuigan J. Cool Capitalism. London ; N. Y. : Pluto Press, 2009. 288 p.
7. Срничек Н. Капитализм платформ. М. : Издат. дом Высш. шк. экономики, 2019. 125 с.
8. Ищенко Е. Н. Трансформации гуманитарного знания в цифровом пространстве : алгоритмизация vs понимание // Вестник Воронеж. гос. ун-та. Серия: Право. 2023. № 1 (52). С. 290–294.
9. Florida R. The Rise of the Creative Class : Analysis How it's transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life. N. Y. : Basic Books, 2002. 416 p.
10. Масланов Е. В. Креативность и цифровизация // Эпистемология и философия науки. 2022. Т. 59, № 3. С. 38–45.
11. Пильщиков И. А. Семь бесед о филологии и Digital Humanities : интервью и дискуссии (2015–2021). М. : Изд-во МГУ, 2022. 190 с.
12. Пружинин Б. И. Знание как ценность : этюд по культурно-исторической эпистемологии // Гуманитарные исследования в Восточной Сибири и на Дальнем Востоке. 2014. № 1. С. 135–141.

Воронежский государственный университет
Ищенко Е. Н., доктор философских наук, профессор,
заведующий кафедрой онтологии и теории познания
E-mail: ischenko@phipsy.vsu.ru,

Voronezh State University
Ishchenko E. N., Ph. D., Dr. in Philosophy, Professor,
Head of the Department of Ontology and Epistemology
E-mail: ischenko@phipsy.vsu.ru