

УДК 1(091) + 316.77

КОНЦЕПТУАЛЬНО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКОЕ ЗНАЧЕНИЕ ТЕОРИИ ИДОЛОВ БЭКОНА: СОВРЕМЕННЫЕ ПРОЕКЦИИ

И. И. ЛЕЩИНСКАЯ¹⁾

¹⁾Белорусский государственный университет, пр. Независимости, 4, 220030, г. Минск, Беларусь

Аннотация. Проанализирована теория идолов Бэкона в контексте коммуникативных практик общества постмодерна. Представлены современные проекции всех видов идолов Ф. Бэкона в пространстве веб-коммуникации. Выявлено методологическое значение данной теории для рассмотрения различных феноменов современной медиакультуры (фейк, хайп, троллинг, флейминг, фолловинг и др.). Установлена сущностная и функциональная общность данных феноменов и идолов познания, которые охарактеризовал английский философ. Исследована отрицательная роль современных идолов познания для человека и общества. Эксплицирован манипулятивный характер современных идолов и выявлены пути минимизации их негативного воздействия.

Ключевые слова: Ф. Бэкон; теория идолов; медиасфера; веб-коммуникация; постправда; интернет-дискурс; фейк; хайп; троллинг; флейминг; лидеры общественного мнения.

Образец цитирования:

Лещинская ИИ. Концептуально-методологическое значение теории идолов Бэкона: современные проекции. *Журнал Белорусского государственного университета. Философия. Психология.* 2024;2:28–36.
EDN: DZDCUS

For citation:

Liashchynskaya II. Conceptual and methodological significance of Bacon's theory of idols: modern projections. *Journal of the Belarusian State University. Philosophy and Psychology.* 2024;2:28–36. Russian.
EDN: DZDCUS

Автор:

Ирина Ивановна Лещинская – кандидат философских наук, доцент; доцент кафедры философии культуры факультета философии и социальных наук.

Author:

Iryna I. Liashchynskaya, PhD (philosophy), docent; associate professor at the department of philosophy of culture, faculty of philosophy and social sciences.
liracom@yandex.ru
<https://orcid.org/0000-0003-1362-2629>

CONCEPTUAL AND METHODOLOGICAL SIGNIFICANCE OF BACON'S THEORY OF IDOLS: MODERN PROJECTIONS

I. I. LIASHCHYNSKAYA^a

^aBelarusian State University, 4 Niezaliezhnasci Avenue, Minsk 220030, Belarus

Abstract. The article is devoted to the analysis of Bacon's theory of idols in the context of communicative practices of post-modern society. Modern projections of all types of idols of F. Bacon in the space of web communication are presented. The methodological significance of this theory for the analysis of various phenomena of modern media culture is revealed (fake, hype, trolling, flaming, following, etc.). The essential and functional commonality of these phenomena and idols of knowledge, which were revealed by the English philosopher, has been established. The negative role of modern idols of knowledge for humans and society is analysed. The manipulative of character modern idols is explicated and ways to minimise their harmful effects are identified.

Keywords: F. Bacon; theory of idols; media sphere; web communication; post-truth; Internet discourse; fake; hype; trolling; flaming; leaders of public opinion.

Введение

Современный человек, оказавшийся в реальности, которая характеризуется нестабильностью, неопределенностью, сложностью и непредсказуемостью, нуждается в ценностных и методологических ориентирах. Состояния страха, потерянности и отчаяния стали спутниками человека, пережившего пандемию и являющегося свидетелем многочисленных военно-политических конфликтов и природных катаклизмов.

Можно констатировать, что современное человечество переживает кризис доверия к разуму. На практике эпоха господства толерантности с ее лозунгом «Все возможно» получила воплощение в принципе вседозволенности. Тотальная критика рационализма представителями постмодернистской философии с ее пафосом деконструкции опосредованно стала одной из причин размывания и разрушения принципов и норм системы международных отношений. Ситуация, сложившаяся в этой системе, близка к состоянию, которое было определено английским философом Т. Гоббсом как война всех против всех. Этот комплекс условий привел к резкому обострению противоречий между основными субъектами мировой системы и глобальному кризису.

В связи с указанными обстоятельствами обращение к творчеству новоевропейских философов, для которых были присущи беспрецедентная вера в разум и поистине подвижническое служение идее разумного преобразования мира и человека, становится, по мнению автора данной статьи, весьма актуальным. Их идейное наследие помогает понять суть происходящих процессов, а также определяет пути преодоления некоторых проявлений глобального кризиса. Рационализм, как мировоззренческая установка и классический тип рациональности, которые подвергались резкой критике в философском дискурсе в течении последних двух столетий, сегодня заслуживает внимания, потому что может быть использован в качестве инструмента для поиска путей выживания человечества. По этой причине неслучайны усилия современных философов по примирению «старого» и «нового» Просвещения и нахождению основания для «философии баланса, но не исключения» [1, с. 136]. В настоящем исследовании рассмотрены некоторые идеи и концепты новоевропейской философии, отчетливо демонстрирующие свою концептуально-методологическую значимость.

Материалы и методы исследования

Теоретическую основу статьи составили философские труды Ф. Бэкона и современные работы, посвященные творчеству данного мыслителя, а также различным аспектам веб-коммуникации: логико-гносеологическому, лингвистическому, социально-политическому и психологическому. В статье были использованы разработки в области методологии анализа современного информационного пространства и способов производства медиапродуктов.

В рамках настоящего исследования применялись метод историко-философской реконструкции, по-

зволивший воспроизвести конкретные философские идеи и проследить процесс их развития; метод семантического анализа, с помощью которого была установлена логико-смысловая нагрузка исследуемых единиц; компаративный анализ, предоставивший возможность определить сущностное родство и сходство функционального статуса феноменов современной медиакультуры и идолов познания Ф. Бэкона; метод интерпретационного анализа, позволивший выявить смысл и значение исследуемых явлений.

Результаты и их обсуждение

Плеяду мыслителей новоевропейской философии открывает ее родоначальник и основатель методологии эмпиризма Ф. Бэкон. Его идейное наследие во многих аспектах не утратило актуальности и способно наглядно продемонстрировать свое значение для анализа современных реалий. Особый интерес в контексте современного информационного пространства представляет его широко известная теория идолов, изложенная в труде «Новый Органон, или Истинные указания для истолкования природы». В ее рамках идея свободы получила свое первое развернутое теоретическое обоснование и была решена как гносеологическая проблема. Целью данной теории было освобождение разума от пленяющих его предрассудков. Кроме того, она выступила в качестве первой системной теории человеческих заблуждений, а следовательно, частью интеллектуального наследия, для которого история человеческих заблуждений является не менее важной, чем история побед, одержанных разумом.

Сейчас данная теория приобрела особую практическую и теоретическую значимость. Предрассудки, как в свое время предупреждали новоевропейские мыслители, могут видоизменяться сообразно уровню развитости и просвещенности общества, но при этом они не становятся менее опасными в своих последствиях. Так, французский философ-просветитель Н. де Кондорсе предупреждал о том, что «...некоторые предрассудки должны были рождаться в каждой эпохе нашего прогресса, чтобы распространить еще шире свое развращающее влияние, ибо люди остаются верными заблуждениям своего младенчества, своей родины, своего века еще долго после усвоения ими всех истин, необходимых для разрушения этих заблуждений» [2, с. 7].

Ф. Бэкон выделил четыре вида идолов, которые различными способами осаждают умы людей и досаждают им. Философ полагал, что их необходимо не только выявить и классифицировать, но и именовать соответствующим образом: «Для того чтобы изучить их, мы дали им названия. Назовем первый вид идолами рода, второй – идолами пещеры, третий – идолами площади и четвертый – идолами театра» [3, с. 18]. Ф. Бэкон считал, что они разными способами «пленили человеческий разум и глубоко в нем укрепились, так владеют умом людей, что затрудняют вход истине» [3, с. 18].

Сегодня в обществе, которое благодаря быстрому развитию и широкому распространению информационно-коммуникативных технологий именуется цифровым, или сетевым, данное учение становится чрезвычайно актуальным, что связано с целым рядом причин и прежде всего с распространением фейковых новостей (*fake news*) как специфическим феноменом современной культуры. Невиданная ранее интенсивность информационного потока и трансформация режима истины в режим пост-

правды (*post-truth*) обусловили появление системной основы производства фейковых новостей. Образование изолированных механизмов формирования ложных коллективных представлений и убеждений, а также быстрое их распространение посредством социальных сетей представляет реальную угрозу для человека и общества. Фейковые новости – это своего рода медиавирусы, которые способны «взрывать» информационное пространство и, овладев умами тысяч людей, нарушать стабильность и спокойствие в обществе.

Сетевое информационное пространство обеспечило целый ряд возможностей для создания фейковых новостей в форме речевого, визуального и текстового продукта. Такие новости получили широкое распространение во всех видах современного дискурса: экономическом, политическом, научном и т. д. Они «конструируются влиятельными акторами и распространяются влиятельными медиаагентами для достижения политических или коммерческих целей, легитимируются авторитетными новостными медиа и воспринимаются целевыми группами как достоверные новости из надежных источников» [4, с. 127]. По этой причине их называют «адвокатскими (политическими или коммерческими) медиапродуктами» [4, с. 128].

Слово «фейк» стало одним из самых часто употребляемых в пространстве социальных коммуникаций, что говорит о значимости феномена, который репрезентируется данным словом. Этому феномену и слову, номинирующему его, посвящены исследования в различных (лингвистической, политической, правовой, экономической) областях знания. Так, О. Е. Головацкая, анализируя наиболее популярные словарные издания, в том числе электронный ресурс «Википедия», приводит ряд наиболее распространенных значений слова «фейк»: «фальшивка, подделка»; «что-либо лживое, не соответствующее действительности, поддельное, вводящее в заблуждение»; «информационная мистификация или намеренное распространение дезинформации в социальных медиа и традиционных СМИ» [5, с. 141].

Обращение к концепту «идол» в учении Ф. Бэкона позволяет обнаружить существенное сходство в его трактовке с тем, что имеют в виду современные исследователи под понятием «фейк». В определении упомянутого концепта новоевропейским философом были синтезированы две традиции: античная (греческое слово «эйдолон» обозначало «тень умершего», т. е. обманчивое видение) и средневековая (идол как истукан языческих религий, фальшивый бог). В результате это понятие стало употребляться мыслителем в значении искаженного образа, призрака, который способен увести человека на ложный путь познания. Фейки тоже представляют собой искаженный образ, так как они сочетают в себе факты и вымыслы. Факты целенаправленно отбираются

по степени их субъективной значимости для создателей такого рода новостных продуктов, благодаря чему они становятся информационной мистификацией, в контексте которой стираются границы между фактом и вымыслом, размываются критерии истинности. Такие факты фигурируют и распространяются под видом правдивой информации.

Ф. Бэкон в свое время обосновал необходимость разоблачения замаскированной под истину лжи и испровержения сформированных подобным образом идолов. Для новоевропейского философа демистификация идолов являлась необходимым условием освобождения разума от всего, что сковывает его деятельность. По мнению Ф. Бэкона, заблуждения, или мнимые знания, – это главные враги разума, без искоренения которых невозможна его свобода, а значит, адекватность и результативность его действий. Он был убежден, что заблуждения по тяжести негативных последствий превосходят невежество, поскольку первое в отличие от последнего «рядится» под истину, всячески маскирует свою неподлинность и притязает на занятие места истины. Заблуждение коварно, поскольку переход от знания к заблуждению зачастую незаметен.

Первым в ряду идолов и их современных модификаций Ф. Бэкон назвал идолов рода, которые истекают из несовершенства познавательных способностей человека. Упрек в несовершенстве прежде всего относится к разуму, про который философ писал: «Ум человека уподобляется неровному зеркалу, которое, примешивая к природе вещей свою природу, отражает вещи в искривленном и обезображенном виде» [3, с. 18]. Среди разнообразия данного вида идолов он отмечал предпочтительность привычного и выгодного, страсть к обнаружению порядка и единообразия, нетерпение в объяснении и склонность поддаваться влиянию больше положительных фактов, чем отрицательных.

Процесс восприятия новостей современными потребителями, как отмечают исследователи, достаточно наглядно демонстрирует широкий спектр проявлений вышеназванных видов идолов. Современные аналитики по этому поводу отмечают: «Чаше всего они предпочитают те интерпретации, которые совместимы с их собственными взглядами и/или интересами, независимо от качества представленных свидетельств и доводов (предвзятость подтверждения)» [4, с. 127]. Приоритет определенным интерпретациям со стороны потребителей подобного контента отдается ввиду совместимости с их взглядами и интересами. Оно созвучно тому, что было представлено Ф. Бэконом в утверждении: «Разум человека все привлекает для поддержки и согласия с тем, что он однажды принял – потому ли, что это предмет общей веры или потому, что это ему нравится. Как бы ни были сила и число фактов, свидетельствующих о противном, разум или не замечает их, или пренебрегает ими, или отводит и отвергает их по-

средством различений с большим и пагубным предубеждением, чтобы достоверность тех прежних заключений осталась ненарушенной» [3, с. 20]. Данное положение философа позволяет обнаружить причины, в силу которых в топе просмотров и одобрений («лайков») оказывается информационная ложь. С его помощью можно также объяснить факт повышенного потребительского внимания к информации, подвергнутой значительной деформации. Рост интереса со стороны пользователей социальных сетей представляет собой цепную реакцию, в результате которой осуществляется заражение широкой аудитории медиавирусом такого рода.

Как отмечают исследователи сетевого пространства, в последние несколько лет наряду со словом «фейк» широкое распространение получил термин «хайп» и целый ряд его производных. Социальные сети изобилуют примерами употребления этого термина и таких понятий, отражающих явления и события, как хайпить, хайпануть, на хайпе. Их выбирают для наименования информационных продуктов (например, радиоканал «На хайпе», представляющий творчество хайповых личностей, книга А. Клэй «Зарабатывать на хайпе»). Рассматриваемое понятие также попало в сферу интересов исследователей, что позволило прояснить его происхождение и свойства, которые получили отражение в нем. Как писали К. В. Киуру и А. Д. Кривоносов, хайп (*hype* – обман, ажиотаж, навязчивая реклама) – «внезапный всплеск интереса в СМИ или в интернете к какому-либо событию или человеку» [6, с. 716]. Изначально это слово использовалось в сфере наркобизнеса как сокращенная версия от словосочетания «hypodermic needle» («игла для подкожного впрыскивания») для обозначения дозы наркотиков. Затем оно перешло в сферу рекламной деятельности как способ привлечения внимания к товару. В последние годы хайп становится новой формой дискурсивной практики, которая получила широкое распространение в различных видах социальной коммуникации [6].

Хайп-технологии и их влияние на формирование различных видов интернет-контента, в том числе политического, становятся объектом системного анализа. В качестве основных видов хайпа исследователи выделяют негативный, позитивный, личностный и ситуативный. Негативный хайп, базирующийся на скандалах, спорах и трагедиях, имеет отрицательную окраску. Позитивный хайп основан на событиях положительного характера. Личностный хайп может реализовываться в двух сценариях: как хайп-событие, используемое человеком для обретения интереса аудитории и славы, и как событие, совершаемое самим человеком. Ситуативный хайп возникает как мощный резонанс некоторого явления, имеющего неоднозначные по своему характеру последствия [6, с. 717–718].

Хайп, как новая разновидность дискурса, обладает значительным манипулятивным потенциалом.

Эмоционально заряженная информация очень быстро воздействует на человека: она способна исказить картину представляемого события, а также склонить личность к неадекватным оценкам происходящего и последующим реактивным действиям. Суггестивный характер хайпа проявляется в силу эмоциональности и заразительности установок, имплицитно присутствующих в нем и направленных на его аудиторию.

Некоторые положения Ф. Бэкона еще более глубоко раскрывают природу и роль идолов рода и, соответственно, природу хайпа как их современного «мутанта». Он писал: «На разум человеческий больше всего действует то, что сразу и внезапно может его поразить; именно это обыкновенно возбуждает и заполняет воображение» [3, с. 21]. Философ предупреждал: человек с легкостью отдает предпочтение тому, что возбуждает его чувства, несмотря на то что события, не обладающие таким воздействием, гораздо благоприятнее для него. Страсти способны бесконечно «пятнать и портить» разум и погружать его в «низменное и непрочное» [3, с. 22].

Человек, по мнению Ф. Бэкона, не любит трудности, потому что ему не хватает терпения [3]. Хайп – это орудие быстрого получения желаемого результата. Философ утверждал, что человек не любит трезвое, т. е. то, что способен видеть ясный (адекватно воспринимающий) ум. Причину этого Ф. Бэкон видел в том, что трезвость ума «неволит надежду» [3, с. 21], иначе говоря, не позволяет человеку оторваться от суровой реальности и пребывать в пустых, а порой и опасных иллюзиях. Хайп также дарует надежду на быстрое и легкое исполнение желаний. Новоевропейский философ в связи с этим писал: «Обращаться же к далеким и разнородным доводам, посредством которых аксиомы испытываются как бы на огне, ум вообще не склонен и не способен, пока этого не предпишут ему суровые законы и сильная власть» [3, с. 21].

Одну их разновидностей заблуждений Ф. Бэкон назвал идолами пещеры: «Ведь у каждого, помимо ошибок, свойственных роду человеческому, есть своя особая пещера, которая ослабляет и искажает свет природы» [3, с. 19]. По его мнению, они являются самыми многочисленными и разнообразными, потому что «происходят из присущих каждому свойств как души, так и тела, а также из воспитания, из привычек и случайностей» [3, с. 23]. Философ предупреждал: к идолам пещеры следует относиться с большой осторожностью по причине того, что способны совращать и загрязнять человеческий разум.

В современном обществе «игра» на человеческих слабостях и пристрастиях также представляет угрозу и приводит к потерям, а иногда – к настоящим бедствиям. Эта угроза возросла в связи с использованием интернет-технологий. Обилие соблазнов, обуславливающих появление желания быстро обогатиться, легкое и не требующее усилий достижение успешности и славы, делает из людей многочислен-

ных жертв идолов пещеры. Разочарования и потери, а также настоящие трагедии, которые порой достойны пера великого У. Шекспира, демонстрируют плененность современного человека идолами пещеры.

Аккаунты в социальных сетях выступают современным аналогом «платоновской пещеры»: позволяют человеку укрыться от внешнего мира, спрятать за красочными и победоносными постами свои страхи, неуверенность и одиночество. Кроме того, контент, размещаемый на персональных страницах, далек от реальности и иногда является мистификацией, миром теней. Яркие картинки бесконечной вереницы постов являются отражением страстного желания определенной части пользователей любой ценой повысить самооценку и свой сетевой статус. В силу этого сетевой контент – наглядное воплощение их притязаний на успешность, одобрение которого со стороны других пользователей позиционируется в качестве необходимого условия ее быстрого достижения. Как результат, формируется человек грезящий, который верит, что в виртуальном мире все возможно и все дозволено. Для значительной части медиаакторов визуализация становится жизненно необходимой, так как воспринимаемость и видимость выступает для них свидетельством собственной успешности и благополучия. Приговор, который вынес Ф. Бэкон деятелям такого рода, звучит следующим образом: «...они почти всегда не могут выполнить того, что обещают, подобно падению Икара с неба, теряют уважение к себе, вызывают презрение к себе и погибают из-за чрезмерного хвастовства» [7, с. 373]. Они неизбежно изобличают сами себя из-за непомерного тщеславия и жажды публичного успеха.

В современных реалиях представленное Ф. Бэконом объяснение природы и раскрытие негативной роли в жизни общества идолов площади (рынка) особенно актуальны. По мнению философа, они представляют особую опасность, так как нестрогое и нелепое установление слов разнообразными и пагубными способами «осаждают разум». Он утверждал: «Но тягостнее всех идола площади, которые проникают в разум вместе со словами и именами» [3, с. 25]. Философ был убежден, что слова люди устанавливают не в строгом согласии с разумом и рационально организованным способом, а «сообразно разумению толпы». Эти идола распространяются в силу взаимосвязанности сообщества людей и их постоянному общению друг с другом [3, с. 19]. В настоящий момент такая связанность многократно усилилась благодаря социальным сетям и создала еще более благоприятные условия для активизации и размножения идолов площади. Плотная система межличностных отношений и сетевого общения породила «множество трансмедийных мультимодальных дискурсов, инициируемых неисчислимыми социальными акторами, которые с помощью медиаагентов конструируют и распро-

страняют адвокатские медиапродукты, формируют в медиасфере мультимодальные семиотические сети» [8, с. 46]. Для постмодернистского дискурса, получившего широкое распространение в современном публичном пространстве, характерны неопределенность, многозначность, контекстуальность и прагматичность. «В постмодернистском контексте нет ничего завершенного, целостного, связного, централизованного, замкнутого, постоянного, есть только недосказанное, эклектичное, фрагментарное, рассредоточенное, открытое, текучее (“ризоматичность”)» [8, с. 42]. Кроме того, принцип иронизации, характерный для рассматриваемого дискурса, способен превратить «любые дискуссии, даже на серьезные темы, в риторический гвалт» [8, с. 42].

Имеющиеся в словах неоднозначность и эклектизм могут создать проблемы не только для отдельного человека, но и для больших социальных групп. Контент в социальных сетях наглядно демонстрирует разнообразие моделей агрессивного речевого поведения. В этом отношении любой фейк представляет собой инструмент деструктивного речевого воздействия. При анализе фейка как вида речевого воздействия исследователи Д. И. Ляшенко и В. Ю. Меликян, основываясь на идее Аристотеля о трехчастной структуре речевой модели (логос, этос и пафос), полагают, что «фейк является некорректным типом речевого воздействия, при котором нарушение норм логоса, пафоса и этоса способствует реализации деструктивного коммуникативного замысла и порождает речевую агрессию в коммуникации» [9, с. 72]. Нарушение норм логоса как рациональной процедуры обоснования происходит в фейке посредством пренебрежения законами логики и использования значительного количества лжи. Нормы этоса, который является воплощением морально-нравственного аспекта речи, нарушаются путем применения «скрытой или явной речевой агрессии, конфронтационных коммуникативных тактик, а также негативной... речи» [9, с. 71]. Все это неизбежно приводит к трансформации эмоционального компонента речи – пафоса, который становится основным источником деструктивности фейка. Данное изменение происходит в силу превышения нормы воздействия информации на адресата посредством различных приемов (категоричность требований, нарушение максимы такта, подмена этикетной формы обращения, несоблюдение максим вежливости). В результате актуализируются экспрессивный потенциал речевого поведения и негативный эмоционально-оценочный фон ситуации общения. В комплексной модификации всех трех частей речевой модели создаются необходимые и достаточные условия для формирования агрессивного речевого поведения [9, с. 64].

Специфическими формами речевой агрессии, получившими широкое распространение в интернет-коммуникации, являются троллинг (речевая прово-

кация) и флейминг (спор ради спора). Они наглядно демонстрируют прямые негативные последствия воздействия идолов площади. В данном случае в роли площади, или рынка, в современных условиях может выступать и реальное, и виртуальное пространство. В основе этих форм речевой агрессии «лежит прагматическая установка адресанта на коммуникативное доминирование» [10, с. 111]. Цель таких форм – дестабилизация процесса общения и коммуникативный конфликт.

Троллинг, как речевая провокация, выполняет задачу эскалации коммуникативного конфликта. Данная задача может быть решена с помощью различных тактик: шоковой терапии, перехода на личности и др. В рамках интернет-дискурса эти коммуникативные явления могут быть связаны между собой причинно-следственной связью, в рамках которой троллинг выступает в качестве причины, а флейминг – в роли следствия. Флейминг, как результат троллинга, «представляет собой агрессивное речевое взаимодействие, смысл которого состоит исключительно в развитии агонального диалога или полилога» [10, с. 114]. В этом отношении показательно предупреждение Ф. Бэкона для тех, кто пребывает в полной уверенности, «что их разум повелевает словами» [3, с. 25]. Он был убежден, что такого рода уверенность – это самообольщение человеческого разума, так как слова способны обращать свою силу против него: «Слова прямо насилуют разум, смешивают все и ведут людей к пустым и бесчисленным спорам и толкованиям» [3, с. 19].

Еще одной демонстрацией недоверия к слову в современном социуме является профайлинг. Эта деятельность направлена на создание психологического профиля (психологического портрета) человека посредством наблюдения и анализа полученных о нем в процессе межличностной коммуникации данных. Профайлинг, по мнению Т. А. Воронцовой, есть «комплекс социально-психологических методик по диагностике личностных качеств, скрывающих мотивы и оценку передаваемой информации, основанных на оценке невербального, вербального и субвербального поведения субъектов, по прогнозированию процессов развития ситуаций и отношений, поступков, моделей поведения и общения человека» [11, с. 23].

Профайлинговая система оценивает достоверность транслируемой человеком информации с помощью анализа форм его невербальной коммуникации. Данные методики и технологии получили широкое распространение в различных сферах и структурах современного общества. Возникнув в области криминалистики как особый вид экспертной деятельности, профайлинг популяризировался в транспортной, авиационной, управленческой и иных видах деятельности. Растущий интерес к такого рода практикам становится прежде всего следствием недоверия современного человека к вербальной коммуникации.

Одной из его важнейших функций является верификация информации и выявление лжи. По этой причине комплекс методик профайлинга, основанных на анализе наиболее информативных признаков (эмоций, мимики, жестов, речи, поведения, внешнего вида и др.), определяется как неинструментальная форма детекции лжи [11].

Критика идолов площади Ф. Бэконом также имела своей целью борьбу с искажающим воздействием семантического арсенала языков как на обыденное, так и на научное познание. По этому поводу Н. Ф. Пономарев отмечал: «В публичном дискурсе на смену ожидаемым правдивости, уместности и понятности (в соответствии с максимами кооперативной коммуникации, а также гарантиями релевантности) приходит иронизация как одновременно эксплицитное (явное) утверждение и имплицитное (подразумеваемое) отрицание истинности конкретного факта (ситуации, события, состояния)» [8, с. 41]. Многочисленные медиапродукты нарративной обманной коммуникации выступают в качестве современного аналога идолов площади, которые «вселились» в души людей благодаря корыстным усилиям демагогов и по совместительству коммерсантов, зарабатывающих на реализации недоброкачественного товара.

С идолами площади тесно связан последний вид заблуждений – идолы театра. По мнению Ф. Бэкона, эти ложные представления являются результатом легковверного, некритического восприятия авторитетов и слепого преклонения перед ними. Философ имел в виду прежде всего создателей ложных философских учений и теорий. Он полагал, что их авторы разыгрывали собственное театральное представление, комедии об искусственных мирах, которые способны зачаровывать людей, подчинять умы, уводить человека от реальности и ее познания: «Вымыслам этого театра свойственно то, что бывает и в театрах поэтов, где рассказы, придуманные для сцены, более слажены и красивы и скорее способны удовлетворить желания каждого, нежели правдивые рассказы из истории» [3, с. 27]. Современное состояние социума демонстрирует в великом множестве и разнообразии этот вид идолов. Точно так же сегодня многочисленные пьесы онлайн- и офлайн-театра могут затуманивать разум людей и лишать их способности понимать и адекватно оценивать происходящие события. Вымышленные миры, созданные с помощью информационно-коммуникационных технологий, представлены современному человеку посредством технологий расширенной реальности. Они в разной форме и в различной степени способны погружать людей в цифровую симуляцию и изменять их мировоззренческие структуры, а также программы поведения, деятельности и общения. Понятие расширенной реальности (*extended reality*) включает в себя виртуальную (*virtual reality*), дополненную (*augmented reality*) и смешанную (*mixed reality*) реальности.

Использование расширенной реальности сегодня возможно в различных сферах. С одной стороны, благодаря преодолению разрыва между виртуальным и физическим мирами применение данных технологий открыло новые формы и способы социальных практик, в основу которых положен продуктивный интерактивный опыт. Эти технологии расширяют границы пространственно-временного континуума человека. С другой стороны, новые возможности создают риски. Представленные формы расширенной реальности, выступая в качестве медиума между личностью и миром, во многом лишают ее непосредственного контакта с ним. Искусственно созданная картина реальности (своего рода театральная декорация) заменяет собственное видение мира и определяет жизнь человека. Кроме того, «...технологическая и содержательная социальная медиатизация неуклонно замещает непосредственные впечатления индивида опосредованными интерпретациями других субъектов, неуклонно трансформирует медиасферу из аспекта социальной реальности в ее особый модус существования. В результате индивиды, как медиаюзеры, аффективно-когнитивно реагируют на опосредованные медиаагентами социальные события так, как будто бы являются их прямыми участниками (“эффект присутствия”») [4, с. 712]. Виртуализация сознания неизбежно ведет к расширению возможностей манипуляции человеком, так как снижается потенциал его субъектности. Люди, которые максимально погружены в медиажизнь, «все чаще ориентируются при принятии решений в первичной реальности социосферы на переживания и впечатления», конструируемые медиаагентами в медиасфере [8, с. 39].

О самих авторитетах Ф. Бэкон писал: «Они не столько принесли пользы своими способностями, сколько вреда тем, что погубили и совратили способности других» [3, с. 36]. Анализируя этот род идолов, философ «объявил войну» некритическому следованию авторитетам, а тех, кто слепо повинует им, он называл пленниками. В качестве идолов современного театра выступают наиболее влиятельные актеры публичного пространства, так называемые лидеры общественного мнения. К ним относят стейкхолдеров, трендсеттеров, блогеров, которые посредством веб-коммуникации способны воздействовать на социальную систему и приводить к ее существенной трансформации. Ф. Бэкон, анализируя такого рода учителей, писал, что они склонны к тщеславию и суетности. Философ предупреждал о презентации ими собственных достоинств, достижений, их обещаниях обеспечить успех своим последователям и почитателям: «Их мудрость представляется богатой словами, но бесплодной в делах» [3, с. 36].

Авторство в социальных сетях многолико, а также разнообразно по своим формам. Оно может быть открытым или скрытым, персональным или групповым. «На смену традиционным лидерам обще-

ственного мнения – конкретным людям, имеющим публичный статус, – приходят трендсеттеры («предсказатели» и законодатели новых общественных трендов), блогеры (в силу своего истинного или искусственного публичности персоны, имеющие возможность формировать повестку дня публичной web-сферы)» [12, с. 14]. Они не только задают тренды, но и управляют своими неопитами, атрибутивными средствами самоидентификации, а также характером общения в сети. Информация и коммуникация трендсеттеров «направлена на френдов (подписчиков отдельного индивида в социальных сетях), фолловеров (в широком смысле последователей, или наблюдателей)» [12, с. 14–15]. Эти многочисленные потребители, сторонники, клиенты становятся пленниками таких авторитетов. Как результат, формируются сети друзей и почитателей. Впечатляющим примером коллективного подчинения идолам театра является массфоллоуинг (*mass following* – следовать за толпой), который представляет массовую подписку на аккаунты авторитетов в социальных сетях как ручным способом, так и автоматическим (с помощью сервисов, программ).

В результате слепого следования новоявленным идолам театра дружба замещается «френдингом», любовь превращается в «вирт», а симпатия проявляется в «лайкинге». Современный человек попадает

в зависимость от новых специфических форм близких отношений, навязываемых влиятельными акторами веб-коммуникации. Кроме того, представленный категориальный аппарат этих отношений убедительно демонстрирует тесную связь идолов театра и идолов площади, так как социальные сети поставили на первое место не реальные отношения, а информационный обмен между людьми. Этот процесс, как было показано, не является продуктивным диалогом равноправных субъектов, так как часто имеет своей целью обретение власти над человеком и извлечение выгоды. В связи с этим будет уместным привести пожелание Ф. Бэкона, адресованное читателям его основного произведения «Новый Органон, или Истинные указания для истолкования природы». В предисловии к нему он писал: «Пусть они прежде надлежащим образом изучат предмет; пусть они сами понемногу испытают тот путь, который мы указываем и пролагаем; пусть они привыкнут к тонкости вещей, запечатленной в опыте; пусть они, наконец, исправят... превратные и глубоко засевшие навыки ума... и тогда, наконец... пусть воспользуются своей способностью суждения» [3, с. 11]. Эти слова могут быть рассмотрены как предупреждение и наставление, оставленные новоевропейским мыслителем, который осознал и отразил в своем учении характер и степень опасности, исходящую от различных идолов познания.

Заключение

Теория идолов, разработанная более четырех столетий назад Ф. Бэконом, не утратила своей значимости в эпоху «текучей» современности и всеобщей сетевизации. Необходимость борьбы с сегодняшними идолами и их воплощениями в многочисленных вирусных продуктах является жизненно важной задачей для человека. Представленное Ф. Бэконом исследование всего разнообразия заблуждений человеческого разума позволяет раскрыть и понять природу современных идолов, выявить комплекс их негативных последствий и определить эффективные способы борьбы с ними. Теория Бэкона и сегодня может выступить в качестве программы реформы познавательной и коммуникативной сфер современного общества, а также в качестве алгоритма борьбы с его заблуждениями.

В рамках своей философской системы Ф. Бэкон также представил оригинальный проект консолидации ученых и философов как носителей научных

знаний и гуманистических ценностей. В современной мире без подобного рода консолидации невозможны разоблачение и низложение новоявленных идолов. В соответствии с идейным завещанием великого новоевропейского философа только освобожденный из плена призрачной веры в авторитеты и вооруженный научным методом познания разум способен разоблачить обманчивые идеалы, иллюзорные надежды и расчеловеченные модели поведения. В этом отношении философское наследие Ф. Бэкона имеет методологическое значение не только для критического осмысления современных идолов, но и для обеспечения конструктивной и безопасной коммуникации. Без руководства разума и укрощения с его помощью слепых страстей современному человеку невозможно сохранить и созидательным способом реализовать свою субъектность и, следовательно, успешно преодолеть последствия системного кризиса.

Библиографические ссылки

1. Старцева АА, Сабанов АО. Иммануил Кант и «новое Просвещение». Обзор международной научной конференции. *Кантовский сборник*. 2023;42(1):132–145. EDN: EUXLVH.
2. де Кондорсе Н. *Эскиз исторической картины прогресса человеческого разума*. Шапиро АИ, переводчик. Москва: Юрайт; 2024. 193 с.
3. Бэкон Ф. *Сочинения*. Том 2. Субботин АЛ, составитель и редактор; Александрова ЗЕ, Гутерман АН, Красильщиков С, Лагутин ЕС, Федоров НА, переводчики. Москва: Мысль; 1978. Новый органон; с. 5–214.

4. Пономарев НФ. Фейковые новости в контексте постправды. *E-Scio*. 2019;6:126–133. EDN: ZDTACC.
5. Головацкая ОЕ. Значение и происхождение термина «fake news». *Коммуникология*. 2019;7(2):139–152. DOI: 10.21453/2311-3065-2019-7-2-139-152.
6. Киуру КВ, Кривоносов АД. Трансформации медиасреды как объект исследования теории массовых коммуникаций. *Вопросы теории и практики журналистики*. 2018;7(4):711–723. EDN: YTCWIX.
7. Бэкон Ф. *Сочинения. Том 2*. Субботин АЛ, составитель и редактор; Александрова ЗЕ, Гутерман АН, Красильщиков С, Лагутин ЕС, Федоров НА, переводчики. Москва: Мысль; 1978. О мудрости древних; с. 231–300.
8. Пономарев НФ. Постмодернистский дискурс в эпоху конвергенции. *Филология в XXI веке*. 2020;2:38–52. EDN: WSAEXU.
9. Ляшенко ДИ, Меликян ВЮ. Феномен «фейк» в системе видов речевого воздействия. *Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики*. 2021;3:63–74. EDN: LMRFFU.
10. Воронцова ТА. Троллинг и флейминг: речевая агрессия в интернет-коммуникации. *Вестник Удмуртского университета. Серия: История и филология*. 2016;26(2):109–116. EDN: VYWTNF.
11. Арпентьева МР. Экспертный профайлинг как сфера профессиональной деятельности психолога-практика. *PEM: Psychology. Educology. Medicine*. 2016;3:20–32. EDN: YUORNV.
12. Кривоносов АД, Лебедева ТЮ. Антропоцентризм цифровых коммуникаций: коллективное одиночество. В: Кривоносов АД, редактор. *Коммуникации в условиях цифровой трансформации. Сборник материалов V Международной научно-практической конференции; 29–30 ноября 2021 г.; Санкт-Петербург, Россия*. Санкт-Петербург: АНО «София»; 2021. с. 13–20. EDN: JVWKQI.

References

1. Startseva AA, Sabanov AO. Immanuel Kant and the «new Enlightenment». International conference report. *Kantian Journal*. 2023;42(1):132–145. Russian. EDN: EUXLVH.
2. de Condorcet N. *Eskiz istoricheskoi kartiny progressa chelovecheskogo razuma* [Sketch of a historical picture of the progress of the human mind]. Shapiro AI, translator. Moscow: Yurait; 2024. 193 p. Russian.
3. Bacon F. *Sochineniya. Tom 2* [Works. Volume 2]. Subbotin AL, compiler and editor; Aleksandrova ZE, Guterman AN, Krasil'shchikov S, Lagutin ES, Fedorov NA, translators. Moscow: Mysl'; 1978. [New organon]; p. 5–214. Russian.
4. Ponomarev NPh. [Fake news in the context of post-truth]. *E-Scio*. 2019;6:126–133. Russian. EDN: ZDTACC.
5. Golovatskaya OE. The meaning and the origin of «fake news» concept. *Communicology*. 2019;7(2):139–152. Russian. DOI: 10.21453/2311-3065-2019-7-2-139-152.
6. Kiuru KV, Krivonosov AD. Media environment transformations as an object of study of the theory of mass communications. *Theoretical and Practical Issues of Journalism*. 2018;7(4):711–723. Russian. EDN: YTCWIX.
7. Bacon F. *Sochineniya. Tom 2* [Works. Volume 2]. Subbotin AL, compiler and editor; Aleksandrova ZE, Guterman AN, Krasil'shchikov S, Lagutin ES, Fedorov NA, translators. Moscow: Mysl'; 1978. [About the wisdom of the ancients]; p. 231–300. Russian.
8. Ponomarev NPh. Postmodernity discourse in the epoch of convergence. *Philology in the XXI Century*. 2020;2:38–52. Russian. EDN: WSAEXU.
9. Lyashenko DI, Melikyan VYu. «Fake» phenomenon in the system of types of linguistic manipulation. *Current issues in Philology and Pedagogical Linguistics*. 2021;3:63–74. Russian. EDN: LMRFFU.
10. Vorontsova TA. Trolling and flaming: speech aggression in the Internet communication. *Bulletin of Udmurt University. Series: History and Philology*. 2016;26(2):109–116. Russian. EDN: VYWTNF.
11. Arpentieva MR. Expert profiling as sphere of practical psychologist's professional activity. *PEM: Psychology. Educology. Medicine*. 2016;3:20–32. Russian. EDN: YUORNV.
12. Krivonosov AD, Lebedeva TYu. [Anthropocentrism of digital communications: collective loneliness]. In: Krivonosov AD, editor. *Kommunikatsii v usloviyakh tsifrovoi transformatsii. Sbornik materialov V Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii; 29–30 noyabrya 2021 g.; Sankt-Peterburg, Rossiya* [Communications in the context of digital transformation. Proceedings of the 5th International scientific and practical conference; 2021 November 29–30; Saint Petersburg, Russia]. Saint Petersburg: ANO «Sofiya»; p. 13–20. Russian. EDN: JVWKQI.

Статья поступила в редколлегию 12.03.2024.
Received by editorial board 12.03.2024.