

Научная статья

УДК 316.2

doi: 10.17223/1998863X/85/23

ЛАКУНЫ НЕВИДИМОГО ГОРОДА: ФЕНОМЕН ИНФОДЕНИАЛИЗМА

Илья Теодорович Касавин

*Федеральный научно-исследовательский социологический центр РАН,
Институт социологии, Москва, Россия,
itkasavin@gmail.com*

Аннотация. Текст представляет собой комментарий к статье И.А. Савченко «Дискурсивная урбанистика: поиск метода». Предлагается гуманитарная аналитика медиакоммуникаций и информационного общества, в которой в качестве одной из важнейших задач эпистемологической урбанистики выдвигается критика негативных последствий цифровизации для человека и городской среды. Ограниченность научно- и технооптимизма, оппозиция по отношению к информационным технологиям укореняются в истории и диагностируются в современности с помощью термина «инфодениализм». Особые угрозы этого феномена связаны с его невидимым характером, неразличимым для обычного наблюдателя.

Ключевые слова: трансструктурный подход, гуманитарная аналитика, эпистемологическая урбанистика, «общество знания», инфодениализм, контркультура

Благодарность: исследование выполнено при финансовой поддержке Российского научного фонда (РНФ) в рамках научного проекта № 23-18-00288 «Дискурсивные трансформации современного города: координаты российской урбанистики» (<https://rscf.ru/project/23-18-00288/>)

Для цитирования: Касавин И.Т. Лакуны невидимого города: феномен инфодениализма // Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. 2025. № 85. С. 264–271. doi: 10.17223/1998863X/85/23

Original article

LACUNAE OF THE INVISIBLE CITY: THE PHENOMENON OF INFODENIALISM

Ilya T. Kasavin

*Institute of Sociology of the Federal Center of Theoretical and Applied Sociology
of the Russian Academy of Sciences, Moscow, Russian Federation,
itkasavin@gmail.com*

Abstract. The text is a commentary on the article “Discursive Urbanism: Method Search” by Irina Savchenko. A humanitarian analytics of media communications and the information society is proposed, in which one of the most important tasks of epistemological urbanism is to criticize the negative consequences of digitalization for people and the urban environment. Limitations of scientific and technological optimism, the opposition to information technologies are rooted in history and diagnosed in modernity with the help of the term “infodentialism”. The particular threats of this phenomenon refer to its invisible nature, indistinguishable to the ordinary observer. From this point of view, epistemological urbanism could learn the lesson of the countercultural critique of industrial capitalism, the information society, and the knowledge society. Intellectualism is necessary, but its power is uncomfortable. Artificial intelligence and information networks today demonstrate not only

limited value, but also obvious threats. In this context, the phenomenon of the invisible “ambiente” (Spanish: atmosphere, setting) comes to the fore – the traditional comfortable urban environment, the right to which must be defended today.

Keywords: transstructural approach, humanitarian analytics, epistemological urbanism, “knowledge society”, infodentialism, counterculture

Acknowledgments: The study was supported by the Russian Science Foundation (Project No. 23-18-00288 Discursive Transformations of the Modern City: Coordinates of Russian Urban Studies: <https://rscf.ru/project/23-18-00288/>).

For citation: Kasavin, I.T. (2025) Lacunae of the invisible city: the phenomenon of infodentialism. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filosofiya. Sotsiologiya. Politologiya – Tomsk State University Journal of Philosophy, Sociology and Political Science*. 85. pp. 264–271. (In Russian). doi: 10.17223/1998863X/85/23

Обсуждение преимуществ и недостатков трансструктурного подхода, предлагаемого в статье И.А. Савченко «Дискурсивная урбанистика: поиск метода», естественным образом наталкивает на одно важное обстоятельство. Идея структуры предполагает, что исследуемый феномен представлен в форме и совокупности таких взаимосвязей, которые в принципе исчерпывают его существенные параметры. Эта сильная теоретическая абстракция, которая «останавливает» феномен в его развитии, дает его синхронный, горизонтальный срез с кантовской претензией на всеобщность и необходимость. Одновременно она выделяет доминантные тенденции и выталкивает на периферию те, которые полагаются маргинальными с точки зрения принимаемых и часто неосознаваемых предпосылок. Как результат в фокус теоретического видения не попадают явления, которым отказано в сущности, но которые могут оказаться важными с другой точки зрения как в синхронном, так и диахронном измерении.

Частичная компенсация недостатков структурного подхода действительно возможна с позиции методологии трансструктурной топологии, предлагаемой И.А. Савченко. Мы будем апеллировать к этой идее, исследуя информационные потоки города, обычно именуемые медиакоммуникациями. Информация создает то, что по аналогии с «невидимым колледжем» английских ученых XVII в. можно назвать «невидимым городом» – материалом дискурсивной урбанистики и гуманитарной аналитики.

С одной стороны, развитие медиакоммуникаций может быть разделено на ряд основных исторических этапов. С другой стороны, должны быть выявлены необходимые предпосылки всего этого развития. Пусть различие между техническими и культурными предпосылками является относительно условным. Технические предпосылки – это изобретение материальных носителей информации, которые не являются специфичными, создавались для других целей, использовались случайно и являются внешними и контингентными. Культурные предпосылки, напротив, возникают именно из ситуаций общения и представляют собой самореферентные феномены, выстроенные в форме внутренних циклов развития.

Так, рудники и шахты кроманьонца в Южной Африке датируются несколькими десятками тысячелетий до н.э. В них добывали феррум оксид – наиболее часто встречающуюся породу, используемую для выплавки железа. Этот факт обращает на себя внимание потому, что в каменный век выплавка железа не практиковалась вообще и железные орудия не производились.

Остается предположить, что этот минерал мог применяться для других целей, а именно для изготовления красителя – красной охры. Вероятно, именно этот натуральный пигмент использовался в проторелигиозных ритуалах, а уже при их посредстве – в традиционной медицине и косметике, а также в наскальной живописи – одном из немногих свидетельств интеллектуальной культуры тех времен. Тем самым был открыт принцип досинтетической химии красок – наиболее стойким пигментом является неорганическое вещество. Отныне писать и рисовать можно было на века.

Вторым искомым носителем визуализаций была поверхность. Каменные скрижали вечны, но нетранспортабельны. Вавилонские глиняные дощечки, египетский папирус, китайская бумага, греческий пергамент стали неотъемлемыми элементами письменной культуры древних. Третья техническая предпосылка – способ тиражирования – оставалась малоактуальной достаточно долго: даже среди античных греков письмо и чтение было не слишком популярно.

Религиозная реформация в Европе – та самая культурная предпосылка, которая потребовала объединить бумагу, краску, металлургические и винодельческие техники с развитием университетов, религиозным ритуалом и торговлей для революционного прорыва – изобретения печатного станка Иоганном Гутенбергом в середине XV в.

Доминанты инфопрогресса

Возникновение и доминирование печатных изданий стало первым этапом развития средств массовой коммуникации. Массовый тираж книг и газет радикально ускорил распространение информации. Этот этап оказался самым длинным, продолжаясь до середины XX в. «До изобретения книгопечатания науки были доступны только вельможам и аристократам, приверженцы наук составляли даже некое аристократическое государство. После изобретения книгопечатания его государственный строй начал приближаться к республике. Ныне он стал совсем демократическим, и если ему присущи кое-какие недостатки демократии, то он обладает и всеми ее достоинствами. Последний человек из народа, если только он найдет слушателей, может здесь говорить, проповедовать свои мысли» [1. С. 211]. Это оптимистическое высказывание известного литератора и чиновника XIX в. существенно подкорректировал Уильям Херст – первый американский крупный медиамагнат начала XX в. Он показал, что СМИ может быть монопольной силой, способной менять президентов и управлять финансовыми потоками. Орсон Уэллс снял о нем известнейший американский фильм «Гражданин Кейн».

В дальнейшем возникновения и доминирования новых медиа сменялись и накладывались друг на друга в ускоряющемся темпе. XIX в. был отмечен их лавинообразным ростом. Телеграф, телетайп, телефон, радио изменили информационный ландшафт и тем самым всю политику, экономику и культуру. Под информационный прицел попали избиратели, держатели акций, читатели бестселлеров – все, способные что-то купить или отдать.

Прорыв эпохи телефона и радио состоял в овладении реальным временем: коммуникация, новости и развлекательные программы стали событиями здесь и сейчас. Еще один сдвиг обеспечило телевидение XX в. Оно собрало

воедино аудиовизуальный эффект: доступность и эффективность медиакommunikации возросли до невиданных высот. Но удивительное будущее вновь не заставило себя ждать.

Буквально по лекалам фантастических романов на сцену в конце XX в. вышли интернет и вся цифровая революция. Все предыдущие формы медиа слились воедино и обрели интерактивность. Эпоха текста и чтения трансформировалась в эпоху дискурса и письма: невиданную динамику получила возможность не только потреблять контент, но и создавать его. Возникли новые платформы для обмена информацией: социальные сети, блоги и видеохостинги.

Доступность медиакommunikаций росла параллельно развитию мобильных технологий. Благодаря смартфонам, планшетным компьютерам и гибридным устройствам мобильные приложения и социальные сети окончательно овладели пространством и временем и теперь преследуют человека везде и всегда.

Влияние искусственного интеллекта и больших данных на медиакommunikации относится к самым последним веяниям информационной революции. ИИ обеспечивает персонализированный контент и ставит пользователя в еще большую зависимость от медиакommunikации.

Нет нужды перечислять все выгоды современного человека от новой информационной ситуации. Ее недостатки также уже давно подвергнуты критике. Корысть и скандальность медиакommunikации являются ее родовыми чертами. Гутенберг и сам был, в первую очередь, коммерсантом, открывшим новую бизнес-нишу, но не сумевшим извлечь из нее должную прибыль. Херст, напротив, смог это сделать, сыграв на не самых высоких человеческих чувствах, в частности, на интересе жизненными трагедиями. Средствами достичь высоких тиражей послужили такие приемы «желтой журналистики» (термин обязан Херсту), как сенсация, провокация, фабрикация. «Грязные социальные технологии», «вторая древнейшая профессия» – таковы инвективы в сторону недобросовестной журналистики, которая не исчезла и в наши дни.

Феномен инфодениализма

«Не читайте до обеда советских газет! А если других нет, то и вообще не читайте» – рекомендовал профессор Преображенский, герой булгаковского «Собачьего сердца». Тем самым он четко сформулировал принципы того, что можно назвать «инфодениализмом» – одним из видов дениализма вообще.

Дениализм (от англ. denialism) – это идеологическая стратегия отрицания (критики) некоторого социально значимого факта. Казалось бы, он обязан промышленной и научно-технической революции, негативные последствия которой не все желают замечать. Так, к научным дениалистам относятся отрицатели вредного влияния табачного дыма на организм человека, значения экологического загрязнения или антропологического влияния на климат и пр. [2]. К урбано-дениалистам можно отнести критиков городского образа жизни, пропагандирующих переселение на природу, в деревню. Отрицание (отказ от покупки, агитация против) фарминдустрии, биодобавок, вакцинирования, генномодифицированных продуктов, про-

мышленной химии – известная форма протеста против доминирующей «химии культуры».

Контркультурное движение уже привлекало внимание к феномену инфодениализма в форме критики информационного общества. Однако выясняется, что это не такое уж и современное явление, а напротив, оно зарождается еще в античности. Платон говорил, что книга в руках невежды – как меч в руках ребенка. Он также пересказывал египетскую легенду, направленную против письменности («Федр»). Чтение книг – это дурная привычка, побуждающая людей пренебрегать упражнением памяти и зависеть от письменных знаков, которые сами по себе не могут ответить на поставленный вопрос. Платон противопоставляет книге диалог как вид живого творческого дискурса.

С возникновением печатной книги возникают новые причины критики главного источника информации – текста. Во-первых, в эпоху Возрождения этому способствовало открытие новых античных литературных источников и толкование арабоязычных переводов. Во-вторых, перевод Библии на национальные языки и протестантский призыв к ее самостоятельному чтению постепенно десакрализировали священный текст и, как следствие, всякую книгу вообще. Наконец, в-третьих, книжная ученость и библейская наука, пропагандируемая университетами, вступали в противоречие с практическим знанием врачей, ремесленников, мореплавателей. Его росту служил миграционный образ жизни человека позднего Средневековья, которого сгоняли с места феодальные войны, бедность, эпидемии, а также заманчивые перспективы крестовых походов и морских путешествий. Таким образом, развитие герменевтического чтения, с одной стороны, и рост позитивного практического знания – с другой, одним из значимых последствий имело скептическое отношение к письменному тексту, польза которого оказывалась сомнительной. Примечательно свидетельство Мишеля Монтеня: «Гораздо больше труда уходит на перетолкование толкований, чем на толкование самих вещей, и больше книг пишется о книгах, чем о каких-либо иных предметах: мы только и делаем, что составляем глоссы друг на друга» [3. С. 360].

В XX в. уже критика информационного общества в постмодернистских концепциях двигалась в трех основных направлениях. Во-первых, это открытие таких общих характеристик современной культуры, как плюральность, фрагментарность, изменчивость, ироничность, прагматичность. Во-вторых, демонстрация искусственной, «сделанной», ангажированной природы медиакоммуникации. Жак Бодрийяр блестяще иллюстрировал это обстоятельство в своих эссе на тему американско-иракского конфликта 1991 г. «Войны в заливе не было» [4]. Бодрийяр не утверждал, что американская армия не напала на Ирак. Он убедительно показал, что информационная повестка была выстроена американскими СМИ так, чтобы не дать адекватной информации и представить события как бескровную хирургическую (специфическую) операцию, даже не предполагающую войсковые столкновения. Медиакоммуникации подменяли собой реальность, нивелировали ее значение с помощью симулякров. В-третьих, особое влияние обрела критика «капиталистического индустриализма», «врага номер один» – термины Т. Розака [5] – в рамках леворадикального контркультурного

движения. «Его враги выступают в образе то технократов-„экспертов“, то технократии, ратующей за бесконтрольное развитие военно-промышленного комплекса, варварски относящейся к окружающей среде, к природе, манипулирующей сознанием людей, то в образе науки, искажающей представления людей об окружающем их мире» [6. Р. 61–62].

Ярким примером мошеннического способа использования информационных технологий является так называемое «инфоцыганство» [7, 8]. Данный неполиткорректный термин обозначает «продажу воздуха», обманные приемы рекламы и навязывания ненужных и нередко вредных информационных «услуг» в сфере дополнительного образования (бизнес-тренерства, коучинга), сетевого маркетинга, финансовых пирамид и пр. Этот феномен запустил серьезные процессы в области правового регламентирования услуг такого рода и судебного преследования недобросовестных блогеров.

В области науки своего рода инфодениализмом выступает как ограничение чтения современной литературы, не содержащей существенной новизны, так и ограничение публикационной активности вопреки публикационному давлению со стороны администрации научно-образовательных центров [9].

В этой связи вопрос о «праве на свой город» получает неожиданное звучание. И.А. Савченко полагает, что это специфическое право человека на научно-интеллектуальное производство и потребление. Так ли это? Во-первых, мошенничество также укладывается в данное определение. Во-вторых, права человека касаются не только сферы интеллектуальной деятельности, а город – отнюдь не только территория работы. Наконец, в-третьих, сегодня диагностируется изменение не только характера, но и ценности труда, она утрачивает всякую безусловность, а информация из блага превращается в навязанный товар или услугу. Две трети суток человек удовлетворяет свои основные потребности в спокойном сне, качественном питании, приятном отдыхе, дружеском общении, стремясь реализовать, в первую очередь, право на чистую воду и воздух, удобную инфраструктуру, комфорт и безопасность. В большом городе кто-то устает от уличной суеты, а кто-то от монотонного труда или бесконечных телефонных звонков, уведомлений от мессенджеров и социальных сетей. Если город требует от человека решения трудных задач в то время, которое он хотел бы отвести для рекреации, то можно прогнозировать дениалистскую реакцию. Перегруженность информацией обесценивает мышление и делает всякий интеллектуализм некомфортным явлением и даже проявлением дискурсивной несправедливости.

И тогда каналы и продукты медиакommunikации попадают на ценностную периферию, а в центре располагаются более простые удовольствия, на которые городской человек также имеет право. Сколько времени проводят жители Германии и Испании, Аргентины и Южной Кореи в пивных и кофейнях, закусочных и кафе, барах и ресторанах? Без риска ошибиться скажу, что в среднем от двух часов и более в день, на что уходит до пятнадцати процентов семейного бюджета.

Эпистемологическая урбанистика, с этой точки зрения, могла бы усвоить урок контркультурной критики индустриального капитализма, информационного общества и общества знания. Интеллектуализм необходим, но его власть некомфортна. Искусственный интеллект, информационные сети де-

монстрируют сегодня не только ограниченную ценность, но и очевидные угрозы. В этом контексте на передний план выходит феномен невидимого *ambiente* (исп., атмосфера, обстановка)¹ – традиционной комфортной городской среды, право на которую сегодня приходится защищать.

Список источников

1. Клингер Ф.М. Наблюдения и размышления над различными явлениями жизни и литературы // Клингер Ф.М. Фауст, его жизнь, деяния и низвержение в ад. М. ; Л. : Государственное издательство художественной литературы, 1961. С. 205–220.
2. Тухватуллина Л.А. Наука как объект веры и недоверия: феномен дениализма // Эпистемология и философия науки. 2023. № 1. С. 6–20.
3. Монтень М. Опыты. Книга третья. М. : Голос, 1992. 414 с.
4. Baudrillard J. The Gulf War Did Not Take Place. Sydney : Power Publications, 2012. 87 p.
5. Roszak Th. The cult of information : The folklore of computers a. the true art of thinking. New York : Pantheon books, 1986. 238 p.
6. Султанова М.А. Философия контркультуры Теодора Розака. Очерк философской публицистики. М. : Ин-т философии РАН ; Ин-т философии, 2009. 175 с.
7. Перова Д.С. Этическая оценка инфоцыганства // Информация – Коммуникация – Общество. 2022. Т. 1. С. 246–250.
8. Каминская Т.Л., Петровская В. Феномен «инфоцыганство» в современных медиа // Вопросы журналистики. 2022. № 11. С. 71–84.
9. Касавин И.Т. Публикация как смерть автора // Цифровой ученый: лаборатория философа. 2022. Т. 5, № 3. С. 6–16.

References

1. Klinger, F.M. (1961) *Faust, ego zhizn', deyaniya i nizverzhenie v ad* [Faust, his life, deeds and descent into hell]. Moscow; Leningrad: Gosudarstvennoe izdatel'stvo khudozhestvennoy literatury. pp. 205–220.
2. Tikhvatullina, L.A. (2023) *Nauka kak ob"ekt very i nedoveriya: fenomen denializma* [Science as an Object of Faith and distrust: the Phenomenon of Denialism]. *Epistemologiya i filosofiya nauki*. 1. pp. 6–20.
3. Montaigne, M. (1992) *Opyty. Kniga tretya* [Experiments. The Third Book]. Moscow: Golos.
4. Baudrillard, J. (2012) *The Gulf War Did Not Take Place*. Sydney: Power Publications.
5. Roszak, Th. (1986) *The Cult of Information: The Folklore of Computers. The True Art of Thinking*. New York: Pantheon Books.
6. Sultanova, M.A. (2009) *Filosofiya kontrkul'tury Teodora Rozzaka* [The Philosophy of counterculture by Theodor Roszak]. Moscow: Institute of Philosophy of the Russian Academy of Sciences.
7. Perova, D.S. (2022) *Eticheskaya otsenka infotsyganstva* [Ethical Assessment of Info-gypsies]. *Informatsiya – Kommunikatsiya – Obshchestvo*. 1. pp. 246–250.
8. Kaminskaya, T.L. & Petrovskaya, V. (2022) Fenomen “infotsyganstvo” v sovremennykh media [The phenomenon of “info-gypsies” in modern media]. *Voprosy zhurnalistiki*. 11. pp. 71–84.
9. Kasavin, I.T. (2022) *Publikatsiya kak smert' avtora* [Publication as a death of the author]. *Tsifrovoy uchenyy: laboratoriya filosofa*. 3(5). pp. 6–16.

Сведения об авторе:

Касавин И.Т. – член-корреспондент РАН, доктор философских наук, профессор, главный научный сотрудник Института социологии Федерального научно-исследовательского социологического центра РАН (Москва, Россия). E-mail: itkasavin@gmail.com

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

¹ Маркетологи уже начали эксплуатировать этот феномен. *Ambiente media* – нестандартный, креативный тип рекламы, использующей неожиданную эмоциональную реакцию для побуждения к покупке товара.

Information about the author:

Kasavin I.T. – corresponding member of the Russian Academy of Sciences, Dr. Sci. (Philosophy), full professor, chief researcher at the Institute of Sociology of the Federal Center of Theoretical and Applied Sociology of the Russian Academy of Sciences (Moscow, Russian Federation). E-mail: itkasavin@gmail.com

The author declares no conflicts of interests.

*Статья поступила в редакцию 20.04.2025;
одобрена после рецензирования 02.06.2025; принята к публикации 30.06.2025
The article was submitted 20.04.2025;
approved after reviewing 02.06.2025; accepted for publication 30.06.2025*