

С.С. Ахметов*, Б.А. Джаамбаева

Казахский национальный университет имени аль-Фараби, Алматы, Казахстан
(E-mail: *akhmetov1985@mail.ru, asanakumovnab@mail.ru)

Объективное знание и «открытое общество» К. Поппера в современном информационном поле

Работы Карла Поппера, исследующие новые подходы к рассмотрению теорий знания, формирования объективного знания, создания открытого общества и обоснования его преимуществ, не только остаются актуальными на сегодняшний день, но и, наряду с его критическими работами, приобретают особенное значение в современном мире глобализированного информационного пространства. Его идеи могут и должны находить практическое применение в сферах приобретения, анализа и дальнейшего формирования знаний в области науки и на уровне рядовых пользователей сети и потребителей медиаконтента. Целью данной работы является рассмотрение и изучение подходов, обозначенных К. Поппером, которые могут оказать положительное влияние на формирование общественного и частного мнений в условиях нынешнего массового потока информации и ее доступности. Сегодня каждый пользователь социальных сетей и прочих каналов связи является потенциальным распространителем информации, сообщений, основанных на собственном мнении. Значимость данной работы может заключаться в том, чтобы найти и обозначить способы применения теорий философа и ученого К. Поппера для формирования более квалифицированных мнений, избегания ошибок и неточностей в публичных высказываниях, более плодотворного потребления контента. Новизна результатов исследования заключается в интерпретации подходов К. Поппера в контексте современной коммуникационной среды, и может найти применение в научном сообществе, среди профессиональных журналистов, контент-мейкеров и широкой общественности.

Ключевые слова: К. Поппер, теория познания, критический подход, информационное поле, публичные заявления, информационные войны, социальные сети, общественное мнение, свобода слова, цензура.

Введение

В данной работе будут рассмотрены различные виды теорий познания и открытого общества в контексте современного влияния медиа на умы людей. Это влияние может выливаться в индивидуальные предпочтения или даже формы знания, получаемые человеком, и формирующие мнение. Также, поскольку современные масс-медиа имеют огромные аудитории и, соответственно, уровень влияния их высок, то можно с уверенностью заметить, что отдельные сообщения медиа или целенаправленная политика и стратегии прямо влияют на общественное мнение, в целом. Специалисты по связям с общественностью, тем не менее, отмечают трудности в формировании нужного общественного мнения, в его изучении и оценки. «Общественное мнение не всегда соотнобразуется с законами логики, зачастую оно аморфно, амбивалентно, противоречиво и быстротечно. Предоставление общественности непрерывно растущего объема информации не обязательно оборачивается обогащением ее знаний» [1; 157]. Мнение группы индивидов достаточно сложно просчитать, поэтому так называемое общественное мнение или консенсус — понятия весьма условные. И тем не менее, оно зачастую формирует, например, степень поддержки того или иного политика, государственной программы, или, наоборот, уровень общественного недовольства.

Это обуславливает актуальность темы формирования частного и, как следствие, группового, общественного мнения через медиа, и рассмотрение его с точки зрения философского и научного подходов Карла Поппера к проблематике открытого гражданского общества и теории познания.

Таким образом, в текущей ситуации с учетом глобализационных процессов, информационных войн и, главное, обширного информационного поля, в которое с разным уровнем интенсивности вовлечено большинство людей, особенно актуальным видится развитие медиаграмотности населения, умение критически мыслить, подвергать сомнению или конструктивной критике сообщения медиа, даже авторитетных и международно признанных. Отсюда проистекает потребность в декодировании сообщений, отсеивании нужного от ненужного, чтобы иметь возможность потреблять информацию с

* Автор-корреспондент. E-mail: akhmetov1985@mail.ru

наибольшей эффективностью и разумностью для индивидуума и для общества. Подходы, предложенные Карлом Поппером, критика предшествующих систем развития научного знания, критический рационализм, методы решения и анализа проблем, их применимость в нынешнем информационном пространстве являются предметом исследования.

Цель работы заключается в поиске пересекающихся составляющих теорий К. Поппера с формированием мнения у современного человека в ракурсе информационного поля. Задача состоит в поиске и обозначении практических приемов в соответствии с учением К. Поппера для более эффективно-го потребления информации, а также для дальнейшей ретрансляции сформировавшегося мнения на аудиторию в социальных сетях и прочих современных каналах.

Методы исследования

На основании научных работ, затрагивающих такие дисциплины, как журналистика, связи с общественностью, социология, политология, в тесной связи с теориями и трудами известных ученых и философов произведена обзорная работа для обозначения проблематики данного исследования. На основе данного построения произведен анализ работ К. Поппера для выведения подходов и теорий в контексте поставленной задачи. Изучены медиасообщения, обосновывающие современные геополитические проблемы, которые используются в рамках построения гипотез в данном исследовании.

Сформированные тезисы о возможности практического применения методик, предложенных К. Поппером, проверены и изучены методом эмпирического анализа для выявления точек взаимосвязи и актуальности.

В результате сформированы рекомендации по теоретическому и практическому применению моделей К. Поппера для современного пользователя социальных сетей, журналистов, инфлюенсеров и пр.

Обсуждение

Массовость и силу влияния средств массовой информации на современных людей трудно переоценить. Потребление сообщений СМИ является повсеместным и происходит посредством персональных компьютеров, гаджетов, печатных изданий, с помощью которых человек просматривает утренние новости и актуальные события, рекламу, которую он, без какой-либо возможности повлиять, видит при просмотре видеоконтента. «Сейчас миллиарды людей могут лично наблюдать за тем, что происходит в соседних странах и делать выводы об эффективности различных жизненных культур» [2; 60].

Возможности связей с общественностью были по достоинству оценены и стали применяться на практике для решения вполне конкретных задач на самом высоком уровне. Активное применение СМИ в политических целях отмечается довольно давно. Еще в начале XX века «правительство США совершенствовало науку пиара, чтобы убеждать население в целесообразности тех или иных войн или в том, что те или иные профсоюзы угрожают их национальной безопасности» [3; 29]. На протяжении всего прошлого века на СМИ небезосновательно возлагались огромные функции и надежды со стороны политического истеблишмента. СМИ могли участвовать в проведении идеологии, равно как и наоборот — для борьбы с ней изнутри или извне, для привлечения граждан к участию в политической жизни (выборы, референдумы), для формирования общественного мнения, для обеспечения лояльной позиции и т.д.

С тех пор стерлись многие границы и, в частности, вследствие технологического прогресса, границы информационные. Как оказалось, не все так однозначно: «Глобализация несет в себе шанс на взаимное обогащение культур и угрозу уникальности, импульсы к формированию взаимоуважения народов и утверждению превосходства экономически могущественного этноса и т.д.» [4; 149]. Также, наблюдая за последними событиями в мире, оказалось, что границы вовсе не стерты совершенно. По-прежнему существуют различные политические системы, различные мировоззренческие подходы, которые теперь, может быть, не так открыто зидятся на идеологическом противостоянии и уж тем более не на экономических моделях развития, вроде коммунистической и капиталистической, но, тем не менее, зачастую вступают в противостояние. И не последнее место в этих процессах занимают СМИ, информационные повестки, формируемые как государственными или прогосударственными медиа, так и частными, оппозиционными, корпоративными, продвигающими свои собственные интересы.

В условиях демократических систем, где по-прежнему, со времен Фукидида, подразумевается «народовластие», хотя и в современном усложненном виде, донесение тех или иных повесток народу является ключевой потребностью государства. Но важность народной поддержки для властей отмечал еще Маккиавелли, причем имея в виду вовсе не демократическое устройство государства: «Если государь пришел к власти с помощью народа, он должен стараться удержать его дружбу, что совсем не трудно, ибо народ требует только, чтобы его не угнетали. Но если государя привела к власти злость народа, то первый его долг — заручиться дружбой народа» [5; 63].

Таким образом, государства и политические системы, несущие разную повестку, нередко вступают в противоборства. Зачастую, эти противоборства выливаются в информационные войны, и это вовсе не является изобретением периода глобализации. Известны случаи с целенаправленным распространением слухов об огромности и жестокости наступающих войск с целью деморализации, случаи, связанные с религиозными противоборствами, дискуссиями в проведении мировоззренческих идей, политической борьбы в Древнем Риме с использованием едва ли не современных инструментов черного PR и т.д. Если рассматривать феномен информационной войны в очень широкой трактовке, как технологии воздействия на аудиторию, то «целями такого воздействия на массовое сознание является внесение изменений в когнитивную структуру с тем, чтобы получить соответствующие изменения в поведенческой структуре» [6; 20].

Результаты исследования

На сегодняшний день едва ли существуют средства массовой информации, которые себя не дискредитировали непроверенной информацией, неподтвержденными инсайдами, откровенными фейками или проведением проплаченной линии той или иной структуры. И тем не менее, уровень доверия людей к СМИ, будь то официальные медиа или контент частных блогеров-инфлюенсеров с многомиллионными аудиториями, остается на высоком уровне, судя по массовости аудиторий. Люди черпают информацию и, впоследствии, делают выводы, формируют сначала собственное, а потом и общественное мнение, исходя из сообщений медиа. Но можно ли доверять тем или иным СМИ в условиях прямо объявленной информационной войны? «Конфликт в Украине изобилует информационными войнами с обеих сторон, достигающими повсеместности и изоциренности, возможно, невиданных ранее. Социальные сети ввели новые формы информационной войны: ботов, троллей и фермы троллей. Социальные сети позволили гражданам вступить в бой, многие из них превратились в отдельные пропагандистов, срыгивающих официальные обманы с обеих сторон войны» [7].

В условиях, когда страны НАТО блокируют российские медиа, частные и государственные, и, наоборот, граждане этих стран вынуждены либо ограничиваться однобокой информацией, либо изыскивать технические средства для обнаружения иных мнений в СМИ. В данной конкретной ситуации гражданам Республики Казахстан, казалось бы, легче находить и потреблять разнообразную информацию, однако, еще совсем свежи в памяти январские события, когда граждане остались вовсе без Интернет-связи. Сейчас у казахстанцев есть доступ ко всем СМИ. И тем не менее, предпочтения большинства аудитории, вероятно, принадлежат конкретным медиа или инфлюенсерам. Ведь далеко не все владеют английским или другими языками, чтобы с достаточным комфортом изучать иностранные медиа, где-то нет технического доступа к тем или иным СМИ, кто-то доверяет только казахоязычным СМИ и т.д. Это отсылает нас к комплексности изучаемого вопроса. Речь идет об оценке уровня знаний языков среди населения, доступе к Интернет в регионах, разнообразии предлагаемых СМИ (пресса, ТВ, радио, Интернет). Проблемы оценки целевой аудитории затрагивают сразу несколько дисциплин. Это связано с общественностью в журналистике, маркетинг и реклама в финансовой сфере, психология потребителя в области менеджмента или социологии и т.д. Однако в данной работе целью было поставлено рассмотрение предпочтений целевой аудитории с точки зрения философии науки, а конкретно, теорий К. Поппера о знании.

Чем же интересны теории К. Поппера в контексте потребления сообщений СМИ современным обществом? Каким образом методы решения проблем, предложенные К. Поппером, применимы по отношению к формированию общественного мнения через СМИ?

«В нашем уме нет ничего, кроме того, что попало туда через органы чувств» — таково определение теории познания, сформулированное Парменидом. Конечно, данное определение трудно считать исчерпывающим с точки зрения научного познания, и Поппер добавляет к этой формулировке еще и ожидания человека и веру в некоторые закономерности. Так, можно констатировать, что в данном случае со времен Парменида ничего не изменилось: мы по-прежнему получаем некие «знания»

(информацию) при помощи органов чувств — читаем, просматриваем, слушаем сообщения СМИ и, конечно, имеем некоторые ожидания, построенные на прогнозах или на здравом смысле в понимании конкретного индивидуума.

Сократ говорил: «Чего не знаю, о том и не думаю, что знаю» [8; 56]. В этом заключается мудрость Сократа, который, в отличие от многих, предпочитает признаться открыто в том, что знания его сильно ограничены или вовсе ничтожны. Сегодня же мы наблюдаем наличие, естественно, авторитетного мнения едва ли не у каждого человека, вовсе не являющегося экспертом в той или иной области. Это явление, а точнее группы людей определенного склада характера, получили ироничное прозвище «диванных экспертов».

Поппер предлагает свою теорию по приобретению знаний. «Необходимо отказаться от поиска идеала, окончательно верного решения и искать оптимальное, удовлетворительное решение» [9]. То есть, как и Сократ, не верящий в абсолютность некоего знания, Поппер предлагает искать решение не сколько в уверовании в абсолютность своего знания, сколько сделать акцент именно на поиске, на приближении к истине.

Итак, люди доверяют тем или иным СМИ, согласно неким устоявшимся убеждениям. Реже изучают сообщения СМИ разной направленности, таким образом, выказывая желание уточнить информацию одного СМИ, дополнить ее. И совсем редко делают это на регулярной основе, подвергают критическому анализу разные позиции (их может быть гораздо больше двух). Конечно, К. Поппер имеет в виду научные теории и их проверку, однако следующее его замечание видится вполне пригодным и в контексте приобретения любого знания, пусть даже совершенно локального. «[Знание или теория] в свете всестороннего критического обсуждения, а также жестких и изобретательных испытаний, намного лучше, а потому и самое близкое к истине среди конкурирующих теорий» [10; 85, 86]. Если рассматривать потребление различных СМИ с целью получить разнообразную, порой противоречивую, информацию, как желание потребителя всесторонне рассмотреть предмет изучения, и, как следствие, подвергнуть разбору и анализу полученные сведения для выявления объективной, реальной картины, то этот процесс можно сопоставить с тем, о чем писал К. Поппер. Таким образом, чтобы конвертировать полученную информацию в знание, или хотя бы иметь на это объективную претензию, потребитель должен рассматривать, изучать и анализировать как минимум несколько разнонаправленных СМИ. Проводя аналогию с высказыванием К. Поппера, именно такое знание будет являться более качественным, более приближенным к истине.

Однако сегодня наблюдается такое гипотетическое распределение потребителей информации, где окажется, что большинство людей не изучает контент различных СМИ ввиду незнания языков, отсутствия времени или доступа к Интернету, отсутствия желания подвергать анализу общее сложившееся мнение, пусть даже оно будет стереотипным и упрощенным. Бесспорно, данная гипотеза подлежит экспериментальной проверке, например, методом опроса или анализа статистики. Но так или иначе люди зачастую занимают какую-то позицию и имеют свое мнение, основанное на здравом смысле или опыте. Вникнуть во все сложности транслируемой проблемы, такой, как, например, военный конфликт, зачастую невозможно, так как у среднего обывателя, даже при прочтении всех сообщений СМИ, не будет исчерпывающей информации на этот счет, как не будет ее и у самих СМИ, учитывая специфику военных действий или политических маневров, которые зачастую являются государственной тайной или секретными данными. И тем не менее, у индивидуума есть мнение. Такое мнение, основанное на потребляемых сообщениях СМИ, или во всяком случае подвергнутое изрядному влиянию со стороны медиасообщений, можно назвать мнением, основанным на наблюдении, на здравом смысле и если человек это мнение высказывает публично, то, вероятно, верит в его истинность. Поппер находит доказательство истинности теории в соответствии ее с действительностью, со свершившимися фактами. Но может ли человек всегда установить и проверить факты о событиях, происходящих на огромном расстоянии от него? В то же время здравый смысл, с точки зрения К. Поппера, это ничто иное, как вера в закономерности, оправданная многократными повторами и наблюдениями, и может быть неадекватной и ложной. Это основание для формирования знания или даже мнения Поппер считает смутным исходным пунктом и только критика его (в нашем случае своего мнения, основанного на потребляемых сообщениях СМИ) может двигать процесс вперед, создавать понимание того, что человек может ошибаться.

«Детями мы учимся декодировать беспорядочные сообщения, обрушивающиеся на нас из окружающей среды. Мы учимся просеивать их, игнорировать большую их часть и выделять те из них, которые имеют для нас биологическую значимость либо прямо сейчас, либо в будущем, к которому мы

готовимся в процессе взросления» [10; 69]. Труд Поппера, содержащий данные умозаключения, был издан в 1972 г. То есть уже в то время философ и ученый считал потребность в обучении детей декодированию потока сообщений актуальным. Думается, будет излишне напоминать о том, что поток информации в современном мире и даже конкретного детского контента неизмеримо больше и, соответственно, труднее для восприятия, нежели это было в 60–70-х гг. прошлого столетия. Поэтому потребность в обучении декодированию сообщений с детского возраста сегодня возрастает в разы. Разработчик модели декодирования коммуникаций С. Холл отмечал, что «общение между производственной элитой вещания и их аудиторией обязательно является формой «систематически искаженного общения» [11]. То есть, наряду с плохо контролируемым, огромным массивом информации, существуют и целенаправленные кодирования сообщений, будь то в рамках телевещания или современных Интернет-площадок. Поэтому каждому родителю следует обращать внимание на потребляемый контент не только детьми, но и ограничивать себя, при условии, что есть потребность в потреблении качественной информации, правдивых сообщений, поданных с разных углов и точек зрения.

Проблема может заключаться в том, что сегодня каждый имеет право высказаться о политике, о действиях властей и о чем угодно, как о том мечтал Поппер: «Открытое общество — то, в котором индивиды могут свободно критиковать действия своего правительства» [9]. Кроме того, сегодня есть возможность транслировать свои высказывания на огромные аудитории в социальных сетях. «Обновлено понятие «активная аудитория». Теперь аудитория может взаимодействовать с контентом, обмениваясь видео, создавая ремиксы и комментируя» [12; 135].

Гипотетически эти взаимодействия или высказывания могут иметь некоторое влияние при условии определенной популярности канала (страницы). Часто эти высказывания рассматриваются как важнейшая потребность человека, при том, что эти сообщения могут касаться совершенно малозначимых в общественном понимании тем, от съеденного на завтрак в ресторане до межэтнических проблем или геополитическом конфликте, происходящем за тысячи километров от транслятора. Конечно, потребность в самореализации существует, а именно в эту категорию можно записать потребность в публичных высказываниях, но, согласно классификации А. Маслоу [13; 500], она находится на пятом уровне, то есть реализация ее может доминировать только при удовлетворении основных, более насущных потребностей: физиологических, потребности в безопасности и т.д.

Конечно, эту потребность можно объяснить желанием приобрести «хайп», то есть вырваться в тренды, получить максимальное количество просмотров, лайков, комментариев. Это полезно для потенциального привлечения рекламодателей, а, как известно, «реклама — это основной источник финансирования средств массовой информации» [14; 25], и, естественно, что блогер или владелец страницы в социальной сети воспринимается именно как медиа, пусть и непрофессиональное. «Формальная объективная свобода, заключающаяся в том, что единичные лица как таковые имеют и выражают свое собственное суждение, мнение и подают свои советы, касающиеся всеобщих дел, проявляется в той совместности, которая называется общественным мнением... Каждый хочет сказать свое слово и дать совет. Если он исполнил свой долг, то есть вставил слово, то после этого удовлетворения своей субъективности он мирится со многим» [15; 352, 354]. Хотя К. Поппер был яростным противником гегелевской философии, что будет продемонстрировано ниже в контексте рассмотрения критики марксистской идеологии, указанное умозаключение Гегеля звучит весьма актуально и сегодня.

Кроме того, ни блогеры, которых на начальных этапах не всегда можно назвать профессионалами и уж тем более журналистами, или обыватели соцсетей, комментаторы или владельцы собственных страниц, часто вовсе не думают о последствиях высказанного, ссылаясь как раз на свою потребность или необходимость. Зачастую высказывания могут нарушать действующие законы, такие как разжигание социальной, национальной, родовой, расовой, сословной или религиозной розни, оскорбление чувств и т.д. [16].

Но суть проблемы, рассматриваемой в данной работе, несколько иная. Вопрос стоит не в том, есть ли на самом деле потребность или соответствует ли конкретное высказывание нормам закона страны, но имеет ли человек моральное право на определенные резкие, конфликтоопасные, крайне критические высказывания, при том, что он не является компетентным экспертом в данной области? Хватает ли тех знаний, которые человек получает через СМИ или при их содействии для того, чтобы судить и тем более выносить эти суждения на потенциально многомиллионную аудиторию?

О той или иной степени предвзятости СМИ в обычных условиях и в условиях информационной войны было кратко упомянуто во введении. Потенциальную опасность составления поспешных выводов на основе сообщений одного СМИ, без того, чтобы подвергнуть сообщения критическому ана-

лизу, подтверждают многочисленные известные на сегодняшний день доктрины манипуляции сознанием. Один из принципов манипулирования сознанием через масс-медиа заключается в том, чтобы воздействие на манипулируемого оставалось незаметным. Так часто действует, к примеру, реклама. Однако манипуляции общественным сознанием и психологические воздействия через медиа вовсе не являются инструментом только коммерческого характера. Приемы широко используются и в области политики, социальных программ и т.д. В контексте данной работы интересно такое заключение известного российского политолога: «Первое и, вероятно, главное условие успешной манипуляции заключается в том, что в подавляющем большинстве случаев подавляющее большинство граждан не желает тратить ни душевных и умственных сил, ни времени на то, чтобы просто усомниться в сообщениях» [17; 20]. Зачастую общество и конкретные индивидуумы стремятся к стереотипизации, к упрощенному пониманию и восприятию масштабных проблем, тем более, если эти проблемы не касаются их лично и непосредственно. К. Поппер, говоря о научном прогрессе в целом, предлагал создать некие дополнительные социальные институты образовательного характера, для борьбы со стереотипами мировоззрения и поощрения разнообразия [18; 180]. Конечно, речь не шла конкретно об образовательных институтах, направленных на повышение уровня медиаграмотности или на подготовку профессиональных журналистских кадров, но тем не менее просматривается общность этой идеи с рассматриваемой проблемой современных медиаманипуляций.

В условиях доверия граждан к тем или иным СМИ, профессиональным и частным, блогерам или крупным холдингам, обывателям достаточно трудно заметить психологическое или иное воздействие на себя. Когда происходит некое событие, то человек может сформировать свое мнение о нем, и позже, при желании, ретранслировать его, только после сообщения СМИ об этом событии, причем, важно учесть, что сообщение подается именно медиа, зачастую, со своей обработкой и интерпретацией. «Способы манипулирования общественным мнением опираются, прежде всего, на СМИ, позволяющие корректировать, регламентировать и проектировать сознание и психику людей. При этом упор делается на использование законов психологии, некритическое восприятие, политическую неопытность» [19; 115, 116].

Кроме этого, важно обозначить и действие общественного мнения, которое также сильно влияет на человека и на формирование его собственного мнения. То есть, если допустить, что индивидуум вовсе не потребляет информацию из СМИ, то все равно, он будет косвенно зависим от этих СМИ, которые уже транслировали свои повестки на общество. Широко известно изречение немецкого философа: «Когда сто человек стоят друг возле друга, каждый теряет свой рассудок и получает какой-то другой» [20; 766].

Некоторые теории К. Поппера видятся вполне эффективными и применимыми в ракурсе противодействия манипулированию, проводимым СМИ конкретным повесткам, отсеивания ложной или ненужной информации. С одной стороны, «мы переживаем многое так, как если бы это давалось нам непосредственно и, как если бы это было совершенно несомненно», но с другой — «эти хорошо приспособленные переживания, можно в каком бы то ни было смысле приравнять к «данным» нам стандартам надежности и истинности» [10; 69]. Мнения, которые формируются у человека вследствие информационного потока, основывается на убеждениях человека и на конкретной ситуации. Оно никак не может называться несомненным знанием или истиной, как бы человек не был в этом уверен.

Если потребитель информации и потенциальный ретранслятор своего мнения, основанного на этой информации, использует медиатексты некоего авторитетного для него издания, то ему можно порекомендовать поставить авторитетность медиа под сомнение, проверить характеристики, подвергнуть критике и потом делать выводы о влиятельности, непредвзятости, профессионализме и об итоговом качестве контента этого медиа. Конечно, «критическое творческое мышление по отношению к системе медиа и медиатекстам — сложный рефлексивный процесс мышления, который включает ассоциативное восприятие, синтез, анализ и оценку механизмов функционирования медиа» [21; 63]. Однако такой подход позволит улучшить качество знания, усилить компетентность мнения и, в конце концов, обеспечить безопасность в контексте соблюдения закона при публичных высказываниях. Это коррелирует с выводами К. Поппера, который смотрит на «критический подход как на главное наше орудие в содействии росту нашего знания о мире фактов» [10; 300].

Естественно, что активные пользователи Интернет, будь они сами блогеры или только комментаторы, могут справедливо апеллировать к свободе слова, если вместо публикации неких высказываний или бездумного поглощения любой информации им будет рекомендоваться подвергать критическому, сравнительному, дедуктивному и прочим видам анализа свои слова, публичные заявления и

даже потребляемый медиаконтент. В рамках критики поэтов и их творчества, а также воспитания молодежи, Платон писал: «Нам, вероятно, надо смотреть за творцами мифов: если их произведение хорошее, мы допустим его, если же нет — отвергнем. Мы уговорим воспитательниц и матерей рассказывать детям лишь признанные мифы, чтобы с их помощью формировать души детей скорее, чем их тела — руками» [22; 81, 82]. Подобное высказывание можно трактовать как цензурирование, посягательство на свободу слова или пропаганду определенных идей, которые Платон считает полезными для государства и ее молодежи. К. Поппер, в свою очередь, всесторонне критикует «идеальное государство» Платона, в частности, за претензии на непогрешимость правителя-философа, а также за права и возможности, которыми они наделены, за подобное цензурирование и пр. «Платон, например, мог бы сказать, что миф истинен, так как все, что служит интересам государства, должно быть принято на веру и потому должно быть названо «истиной», причем никакие другие критерии истины не допустимы» [23; 185]. Эта критика заключений Платона через его правителя государства также свидетельствует о неприятии со стороны Поппера любых тоталитаристских методов.

Сегодня многие с отрицательными чувствами изучают советскую цензуру и пропаганду. К. Поппер утверждал, что левые марксисты придерживались гегелевской политической философии. Гегель, в свою очередь, подобно Платону, утверждал, что, при наличии нежелательных мнений государство будет обязано отстаивать объективную истину. На это Поппер интересуется: «Кто будет судить об объективности истины?»

В советское время государство брало эти функции на себя, и потому сегодня мы имеем неприятие цензуры и пропаганды того периода. Однако и сегодня пропаганда никуда не делась и даже наоборот, получила в свое распоряжение новые инструменты. «Чем больше непредвзятой информации, соперничающей за внимание целевой аудитории, доступно на рынке, тем больше становится необходимой дискредитация этой информации, чтобы посеять сомнения в умах целевой аудитории. В результате может оказаться чрезвычайно трудно противодействовать пропаганде и дезинформации, как только они овладевают общественным сознанием» [24; 217]. Здесь мы находим еще один коррелят между учением К. Поппера и современной ситуацией. К. Поппер пишет, что контроль и стереотипизация интересов и убеждений с помощью пропаганды, установления власти над умами несовместимы со свободным выражением мысли, особенно мысли критической [18; 105].

Что же касается советской цензуры и нынешней относительной независимости, то, говоря сегодня о свободе слова, подразумеваем ли мы под этим абсолют? Парадокс заключается в том, что «свобода сама себя упраздняет, если она не ограничена. Неограниченная свобода означает, что сильный человек свободен запугать того, кто слабее, и лишить его свободы. Именно поэтому мы требуем такого ограничения свободы государством, при котором свобода каждого человека защищена законом» [25; 145]. Но тогда получается, что если свобода слова не абсолютная или тотальная, то она же одновременно становится несвободой слова, ограниченной свободой, причем, ограниченной государством. Конечно, не в том объеме, в котором существовали ограничения в советское время с государственной идеологией и линией партии. Но все же несвобода.

Подчеркивая фундаментальную важность свободы слова и свободы самовыражения, здесь, тем не менее, отмечаются принципы критического подхода к составлению собственного мнения для его дальнейшей ретрансляции в публичном пространстве, существующие законы, которые, бесспорно, необходимо иметь в виду, и элементарную самоцензуру перед проведением своих высказываний к широкой аудитории, особенно в условиях турбулентной общемировой политической и экономической ситуации. При том, что «с социально-философской точки зрения возможность выражения содержания своего сознания представляется важнейшим атрибутом человеческого существования, ограничение которого может быть оценено не просто как посягательство на законные права человека, но и как затрагивающее глубинные основания человеческого бытия» [26; 359], тем не менее, некоторые ограничения существуют как в юридическом поле, так и в морально-этическом. Виктор Гюго говорил: «Свобода одного кончается там, где начинается свобода другого» [27; 487]. Однако в условиях потенциальной публичности каждого человека, соблюдать этот принцип видится весьма затруднительным.

Многие описанные в данной работе методы и подходы К. Поппера к теориям знаний в его работах чаще относятся именно к научному знанию. И, тем не менее, чтобы подойти к вопросам науки, мы имеем дело со знаниями обывателя, с его теориями, мыслями, мнениями. Эти мысли, которые на сегодняшний день могут в одночасье превратиться в публичные высказывания, а обыватель — в проводника своего или чужого мнения, должны подвергаться самоанализу, поскольку мнение еще не яв-

ляется знанием, предположение не является истиной и т.д. Высказывания, мысли, мнения, которые человек намерен произнести в публичном пространстве, должны тем более подвергаться серьезному критическому анализу, дабы избежать проблем в будущем. К. Поппер предлагает контролировать предположения критическим подходом. Начиная с самокритики, анализа своих источников и всесторонней критики своего суждения, можно будет разглядеть проблему, о которой составлено мнение с самых разных углов, вычислить возможные ошибки и устранить их прежде, чем выдвигать теорию или мысль на публику. «Существует только один способ убедиться в правильности цепочки логических рассуждений. Состоит он в преобразовании этой цепочки в форму, в которой она наиболее легко проверяема. Мы разбиваем эту цепочку на множество мелких шагов, каждый из которых легко проверить любому человеку, который владеет математическим или логическим методом преобразования предложений» [28; 132]. И, несмотря на кажущуюся сложность предлагаемого предварительного анализа мнений и теорий, такой подход видится вполне здравым, ведь как говорил Сократ: «И как же не невежество, да еще самое зазорное — думать, будто знаешь то, чего не знаешь?» [8; 66, 67].

Заключение

Даже в условиях нынешней свободы самовыражения в стремительно глобализирующемся информационном пространстве, проверять свои источники, строить выводы с учетом разных мнений, подвергать критическому анализу сообщения, видится не только желательным, но и необходимым. Конечно, это связано с некоторыми сложностями, так как выдать первое составленное мнение или упрощенную мысль проще, быстрее, не так энергозатратно, чем попробовать выдать мнение, которое можно аргументированно защитить и обосновать различными доводами, поскольку оно уже было подвергнуто разнообразной критике и при этом устояло. Подвергать обдумыванию и самоцензурированию сообщения, которые будут выдвинуты на обозрение и суд миллионов людей аудитории, так чтобы они были максимально приближены к тому, что К. Поппер называл знаниями, приближенными к истине, представляется эффективным и надежным средством коммуникации для любого современного журналиста или блогера. Ведь сегодня мы можем наблюдать, насколько часто людям приходится извиняться за наспех брошенные, эмоциональные или необдуманные публичные высказывания. Также, помимо негативного эффекта, произведенного неосторожными, скороспелыми высказываниями на публику, для транслятора своего мнения есть вероятность быть привлеченным к ответственности: административной или уголовной, что, несмотря на возможность получить дополнительный «хайп», не может быть привлекательной перспективой.

Знание и поиск истины не имеют универсального метода и подхода. К. Поппер также не дает исчерпывающего ответа и тем более не претендует на постижение абсолютной истины. Скорее, он описывает теорию развития знания как процесс, как постоянно изменяющуюся, развивающуюся и, вследствие выдвижения новых, более сложных теорий, — улучшающуюся систему. Таким образом, наше знание увеличивается и качественно усложняется, начиная с обывательских мнений и заканчивая сложными научными исследованиями. Значение и необходимость критического подхода для извлечения и формирования именно знания, а не только стереотипного, упрощенного мнения, как для частного лица, так и для общественности, в целом, согласно учению К. Поппера, в нынешнем информационном пространстве не только не потеряло своей актуальности, но и приобрело еще большую остроту.

Список литературы

- 1 Королько В.Г. Основы публичной риторики / В.Г. Королько. — М.: Рефл-бук; Киев: Ваклер, 2002. — 528 с.
- 2 Дзялошинский И.М. Философия цифровой цивилизации и трансформация медиакоммуникаций: моногр. / И.М. Дзялошинский. — Челябинск: Изд. центр Южно-Урал. гос. ун-та, 2020. — 551 с.
- 3 Рашкофф Д. Медиавирус. Как поп-культура тайно воздействует на наше сознание / Д. Рашкофф. — М.: Ультра; Культура, 2003. — 368 с.
- 4 Сидоров В.А. Журналистика в мире политики: Исследовательские подходы и практика участия / В.А. Сидоров. — СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2004. — 448 с.
- 5 Маккиавелли Н. Государь: сб. / Н. Маккиавелли. — М.: АСТ, 2009. — 479 с.
- 6 Почепцов Г.Г. Информационные войны / Г.Г. Почепцов. — М.: Рефл-бук; Киев: Ваклер, 2001. — 576 с.
- 7 Lauria J. Information Warfare from Pre-History to Ukraine. Consortium News [Electronic resource] / J. Lauria. — 2022. — Access mode: <https://consortiumnews.com/2022/04/18/information-warfare-from-pre-history-to-ukraine/>.

- 8 Платон. Полное собрание творений Платона: [В 15-ти т.]. — Т. 1. Евтифрон. Апология Сократа. Критон. Федон [Электронный ресурс] / Платон. — СПб.: Типогр. Рос. акад. наук, 1923. — 216 с. — Режим доступа: <https://www.plato.spbu.ru/TEXTS/PLATO/Academia/001.pdf>.
- 9 Джаамбаева Б.А. Философское осмысление К. Поппера и теория развития знания / Б.А. Джаамбаева, А.Е. Жолдасбек // Вестн. Каз. нац. ун-та. Сер. Философия. Сер. Культурология. Сер. Политология. — 2015. — Т. 53, № 4. — С. 18–26. — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://bulletin-philopolit.kaznu.kz/index.php/1-pol/article/view/215/218>.
- 10 Поппер К.Р. Объективное знание. Эволюционный подход / К.Р. Поппер. — М.: Эдиториал УРСС, 2002. — 384 с.
- 11 Hall S. Encoding and decoding in the television discourse. Council Of Europe Colloquy on “Training in The Critical heading of televisual language” / S. Hall // Abingdon. CCCS selected working papers. 2007. — 2. — P. 386-398. http://epapers.bham.ac.uk/2962/1/Hall%2C_1973%2C_Encoding_and_Decoding_in_the_Television_Discourse.pdf.
- 12 Agirre I.A. Active audience? Interaction of young people with television and online video content / I.A. Agirre // Communication & Society. — 2016. — 29(3). — P. 133–147. <https://core.ac.uk/download/pdf/83588531.pdf>.
- 13 Музыкант В.Л. Реклама и PR-технологии в бизнесе, коммерции, политике / В.Л. Музыкант. — М.: Армада-пресс, 2002. — 688 с.
- 14 Борисов Б.Л. Технологии рекламы и PR: учеб. пос. / Б.Л. Борисов. — М.: ФАИР-ПРЕСС, 2001. — 624 с.
- 15 Гегель Г.В.Ф. Философия права / Г.В.Ф. Гегель. — М.: Мысль, 1990. — 524 с.
- 16 Уголовный кодекс РК. Ст. 174 от 3 июля 2014 г. Разжигание социальной, национальной, родовой, расовой, сословной или религиозной розни. — Электронный ресурс. — Режим доступа: https://kodeksy-kz.com/ka/ugolovnyj_kodeks/174.htm.
- 17 Кара-Мурза С. Манипуляция сознанием / С. Кара-Мурза. — М.: Эксмо, 2012. — 864 с.
- 18 Поппер К.Р. Ницше историзма / К.Р. Поппер; пер. с англ. — М.: Изд. гр. «Прогресс-ВИА», 1993. — 187 с.
- 19 Панарин И.Н. Информационная война и мир / И.Н. Панарин, Л.Г. Панарина. — М.: ОЛМА-ПРЕСС, 2003. — 384 с.
- 20 Ницше Ф. Сочинения: [В 2-х т.]. — Т. 2 [Электронный ресурс] / Ф. Ницше. — М.: Мысль, 1996. — 829 с. — Режим доступа: https://imwerden.de/pdf/nietzsche_sochineniya_tom2_1990_text.pdf.
- 21 Федоров А.В. Развитие медиакомпетентности и критического мышления студентов педагогического вуза / А.В. Федоров. — М.: «Изд-во МОО ВПП ЮНЕСКО “Информация для всех”», 2007. — 616 с.
- 22 Платон. Государство / Платон. — М.: АСТ, 2018. — 448 с.
- 23 Поппер К.Р. Чары Платона: Открытое общество и его враги: [В 2-х т.]. — Т. 1 / К.Р. Поппер. — М.: Феникс, 1992. — 448 с.
- 24 Chad W. Fitzgerald. Subverting Reality: The Role of Propaganda in 21st Century Intelligence [Electronic resource] / W. Fitzgerald Chad, F. Brantly Aaron // International Journal of Intelligence and Counter Intelligence. — 2017. — Vol. 30:2, pp. 215-240. — Retrieved from: <https://vtechworks.lib.vt.edu/bitstream/handle/10919/81827/International%20Journal%20of%20Intelligence%20and%20CounterIntelligence%202017%20Fitzgerald.pdf?sequence=1>
- 25 Поппер К.Р. Время лжепророков: Гегель, Маркс и другие оракулы: Открытое общество и его враги: [В 2-х т.]. — Т. 2. / К.Р. Поппер. — М.: Феникс, 1992. — 528 с.
- 26 Вережкин А.В. Свобода слова. От философского статуса к правовому обоснованию / А.В. Вережкин, Т.Ю. Лифанова // PR и СМИ в Казахстане: сб. науч. тр. — 8-е изд.; под общ. ред. Л.С. Ахметовой. — Алматы: Қазақ университеті, 2014. — 359 с.
- 27 Душенко К.В. Универсальный цитатник политика и журналиста: 6000 цитат о политике, правосудии и журналистике / К.В. Душенко. — М.: Эксмо, 2004. — 784 с.
- 28 Поппер К.Р. Логика научного исследования [Электронный ресурс] / К.Р. Поппер; пер. В.Н. Брюшкина. — New York: Hutchmson&Co, Ltd, 1980. — 235 с. — Режим доступа: <http://www.nicevt.ru/wp-content/uploads/2019/10/Поппер-Логика-научного-исследования.pdf>.

С.С. Ахметов, Б.А. Джаамбаева

Бүгінгі ақпараттық өрістегі К. Поппердің объективті білімі және «ашық қоғамы»

Карл Поппердің білім теорияларын қарастырудың, объективті білімді қалыптастырудың, ашық қоғам құрудың және оның артықшылықтарын негіздеудің жаңа тәсілдерін зерттейтін еңбектері бүгінгі күнге дейін өзекті болып қана қоймай, сонымен қатар оның сыни жұмыстарымен қатар жаһанданған ақпараттық кеңістіктің қазіргі әлемінде ерекше маңызға ие болуда. Оның идеялары ғылым саласындағы білімді игеру, талдау және одан әрі қалыптастыру салаларында және желінің қарапайым пайдаланушылары мен медиаконтентті тұтынушылар деңгейінде практикалық қолдануды таба алады және табуы керек. Бұл жұмыстың мақсаты — қазіргі бұқаралық ақпарат ағыны мен оның қолжетімділігі жағдайында қоғамдық және жеке пікірлердің қалыптасуына оң әсер етуі мүмкін К. Поппер белгілеген тәсілдерді қарастыру және зерттеу. Бүгінгі таңда әлеуметтік желілер мен басқа да байланыс арналары-

ның әрбір пайдаланушысы өз пікіріне негізделген ақпараттың, хабарламалардың әлеуетті таратушысы болып табылады. Бұл жұмыстың маңыздылығы философ және ғалым К. Поппердің теорияларын неғұрлым білікті пікірлер қалыптастыру, жария мәлімдемелердегі қателер мен дәлсіздіктерден аулақ болу және мазмұнды неғұрлым жемісті тұтыну үшін қолдану жолдарын табу және анықтауда жатыр. Зерттеу нәтижелерінің жаңалығы К. Поппердің тәсілдерін қазіргі заманауи коммуникациялық орта контекстінде түсіндіруде жатыр және ғылыми қоғамдастықта, кәсіби журналистер, контент-мейкерлер және көпшілік қауым арасында қолдануға болады.

Кілт сөздер: К. Поппер, таным теориясы, сыни көзқарас, ақпараттық өріс, жария мәлімдемелер, ақпараттық соғыстар, әлеуметтік желілер, қоғамдық пікір, сөз бостандығы, цензура.

S.S. Akhmetov, B.A. Dzhaambayeva

Objective knowledge and “open society” of K. Popper in the modern information field

The works of Karl Popper, exploring new approaches to the consideration of theories of knowledge, the formation of objective knowledge, the creation of an open society and the justification of its advantages, not only remain relevant today, but, along with his critical works, are of particular importance in the modern world of a globalized information space. His ideas can and should find practical application in the areas of acquisition, analysis and further formation of knowledge in the field of science and at the level of ordinary network users and consumers of media content. The purpose of this work is to review and study the approaches identified by K. Popper, which can have a positive impact on the formation of public and private opinions in the current huge flow of information and its availability. Today, every user of social networks and other communication channels is a potential distributor of information and messages based on their own opinion. The significance of this work may lie in finding and identifying ways to apply the theories of the philosopher and scientist K. Popper to form more qualified opinions, avoid errors and inaccuracies in public statements, and more fruitfully consume content. The exegesis of K. Popper's methods in the area of modern communication environment can be considered as a new side of studying the problem, and can be applied in the scientific community, among professional journalists, content makers and the general public.

Keywords: K. Popper, theory of knowledge, critical approach, information field, public statements, information wars, social networks, public opinion, freedom of speech, censorship.

References

- 1 Korolko, V.G. (2002). *Osnovy pablik rleishnz [Public Relations Basics]*. Moscow: Refl-buk; Kiev: Vakler [in Russian].
- 2 Dzialoshinskii, I.M. (2020). *Filosofiia tsifrovoy tsivilizatsii i transformatsiia mediakommunikatsii: monografiia [The Philosophy of digital civilization and transformation of media communications: monograph]*. Chelyabinsk: Izdatelskii tsentr Yzhno-Uralskogo gosudarstvennogo universiteta [in Russian].
- 3 Rashkoff, D. (2003). *Mediavirus. Kak pop-kultura taino vozdeistvuet na nashe soznanie [Mediavirus. How pop culture secretly affects our consciousness]*. Moscow: Ultra; Kultura [in Russian].
- 4 Sidorov, V.A. (2004). *Zhurnalistika v mire politiki: Issledovatel'skie podkhody i praktika uchastiia [Journalism in the World of Politics: Research Approaches and Participatory Practice]*. Saint-Petersburg: Izdatelstvo Mikhailova V.A. [in Russian].
- 5 Makkiavelli, N. (2009). *Gosudar: Sbornik. [The prince. Collection]*. Moscow: AST [in Russian].
- 6 Pocheptsov, G.G. (2001). *Informatsionnye voyny [Information Warfare]*. Moscow: Refl-buk; Kiev: Vakler [in Russian].
- 7 Lauria, J. (2022). *Information Warfare from Pre-History to Ukraine*. Consortium News. <https://consortiumnews.com/2022/04/18/information-warfare-from-pre-history-to-ukraine/>
- 8 *Polnoie sobranie tvoreniia Platona. Evtifron. Apologiia Sokrata. Kriton. Fedon [Complete collection of works of Plato. Euthyphro. Apology of Socrates. Criton. Phaedo]*. Vol. 1. (Vols. 1-15) (1923). Saint Petersburg: Tipografiia Rossiiskoi akademii nauk. www.plato.spbu.ru. Retrieved from <https://www.plato.spbu.ru/TEXTS/PLATO/Academia/001.pdf> [in Russian].
- 9 Dzhaambaeva, B.A. & Zholdasbek, A.E. (2015). *Filosofskoie osmyslenie K. Poppera i teoriia razvitiia znaniia [Philosophical understanding of K. Popper and the theory of knowledge development]*. *Vestnik Kazakhskogo natsionalnogo universiteta. Seriia Filosofii. Seriia Kulturologiia. Seriia Politologiiia — Bulletin of Kazakh National University. Philosophy series. Culturology series. Politology series, Vol. 53, 4, 18-26*. Retrieved from <https://bulletin-philopolit.kaznu.kz/index.php/1-pol/article/view/215/218> [in Russian].
- 10 Popper, K.R. (2002). *Obektivnoie znanie. Evoliutsionnyi podkhod [The objective knowledge. Evolutionary approach]*. Moscow: Editorial URSS [in Russian].
- 11 Hall, S. (2007). *Encoding and decoding in the television discourse*. Council Of Europe Colloquy on “Training in The Critical heading of televisual language”. Abingdon: CCCS selected working papers. http://epapers.bham.ac.uk/2962/1/Hall%2C_1973%2C_Encoding_and_Decoding_in_the_Television_Discourse.pdf.

- 12 Agirre, I.A., Arrizabalaga, A.P., & Espilla, A.Z. (2016). Active audience? Interaction of young people with television and online video content. *Communication & Society*, 29(3), 133–147. <https://core.ac.uk/download/pdf/83588531.pdf>.
- 13 Muzykant, V.L. (2002). Reklama i PR-tehnologii v biznese, kommersii, politike [Advertising and PR technologies in business, commerce, politics]. Moscow: Armada-press [in Russian].
- 14 Borisov, B.L. (2001). Tehnologii reklamy i PR: uchebnoe posobie [Technologies of advertising and PR: Textbook]. Moscow: FAIR-PRESS [in Russian].
- 15 Hegel, G.V.F. (1990). Filosofii prava [Philosophy of law]. Moscow: Mysl [in Russian].
- 16 Ugolovnyi kodeks RK. Statia 174. Razzhiganie sotsialnoi, natsionalnoi, rodovoi, rasovoi, soslovnoi ili religioznoi rozni (2014) [Criminal Code of the Republic of Kazakhstan. Article 174. Inciting social, national, tribal, racial, class or religious hatred]. <https://kodeksy-kz.com>. Retrieved from https://kodeksy-kz.com/ka/ugolovnyj_kodeks/174.htm [in Russian].
- 17 Kara-Murza, S. (2012). Manipulatsiia soznaniem [The manipulation of mind]. Moscow: Eksmo [in Russian].
- 18 Popper, K.R. (1993). Nishcheta istoritsizma [The misery of historicism]. Moscow: Izdatelskaia gruppa «Progress–VIA» [in Russian].
- 19 Panarin, I.N. & Panarina, L.G. (2003). Informatsionnaia voina i mir [The information warfare and peace]. Moscow: OLMA-PRESS [in Russian].
- 20 Nitsche, F. (1996). Sochineniia [Essays]. V. II. (Vols. 1-2). Moscow: Mysl. <https://imwerden.de>. Retrieved from https://imwerden.de/pdf/nietzsche_sochineniya_tom2_1990_text.pdf [in Russian].
- 21 Fyodorov, A.V. (2007). Razvitie mediakompetentnosti i kriticheskogo myshleniia studentov pedagogicheskogo vuza [The development of media competence and critical thinking of students of a pedagogical university]. Moscow: «Izdatelstvo MOO VPP UNESCO “Informatsiia dlia vsekh”» [in Russian].
- 22 Plato (2018). Gosudarstvo [The State]. Moscow: AST [in Russian].
- 23 Popper, K.R. (1992). Chary Platona. Otkrytoe obshchestvo i ego vrugi [Enchantment of Plato. The open society and its enemies]. V.1. (Vols. 1-2). Moscow: Feniks [in Russian].
- 24 Chad W. Fitzgerald & Aaron F. Brantly (2017). Subverting Reality: The Role of Propaganda in 21st Century Intelligence. *International Journal of Intelligence and Counter Intelligence*, Vol. 30(2), pp. 215-240. Retrieved from <https://vtechworks.lib.vt.edu/bitstream/handle/10919/81827/International%20Journal%20of%20Intelligence%20and%20CounterIntelligence%202017%20Fitzgerald.pdf?sequence=1>.
- 25 Popper, K.R. (1992). Vremia lzheprorokov: Gegel, Marks i drugie orakuly. Otkrytoe obshchestvo i ego vrugi [Time of false prophets: Hegel, Marx and other oracles. The open society and its enemies]. Moscow: Feniks, 2 [in Russian].
- 26 Vervovkin, A.V. & Lifanova, T.U. (2014). Svoboda slova. Ot filosofskogo statusa k pravovomu obosnovaniiu [Freedom of speech. From philosophical status to legal justification]. *PR i SMI v Kazakhstane: sbornik nauchnykh trudov — PR and media in Kazakhstan. Collection of scientific papers. 8 ed. L.S. Akhmetova (Ed.)*. Almaty: Kazakh University [in Russian].
- 27 Dushenko, K.V. (2004). Universalnyi tsitatnik politika i zhurnalista: 6000 tsitat o politike, pravosudii i zhurnalistike [Universal quote book of a politician and a journalist: 6000 quotes about politics, justice and journalism]. Moscow: Eksmo [in Russian].
- 28 Popper, K.R. (1980). Logika nauchnogo issledovaniia [The Logic of Scientific Discovery]. New York: Hutchmson & Co, Ltd. www.nicevt.ru. Retrieved from <http://www.nicevt.ru/wp-content/uploads/2019/10/Popper-Logika-nauchnogo-issledovaniia.pdf> [in Russian].