



Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Философия. Психология. Педагогика. 2024. Т. 24, вып. 3. С. 300–304

Izvestiya of Saratov University. Philosophy. Psychology. Pedagogy, 2024, vol. 24, iss. 3, pp. 300–304

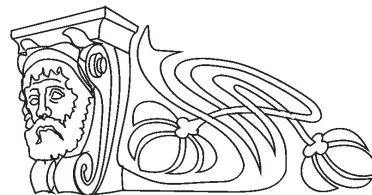
<https://phpp.sgu.ru>

<https://doi.org/10.18500/1819-7671-2024-24-3-300-304>, EDN: LGRKRI

Научная статья

УДК [004:316.4]+[1:316]+179

Проблема ценности в цифровом обществе роевого интеллекта



М. А. Шаткин

Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н. Г. Чернышевского, Россия, 410012, г. Саратов, ул. Астраханская, д. 83

Шаткин Максим Александрович, кандидат философских наук, доцент кафедры философии и методологии науки, maximshatkin@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-8138-6819>

Аннотация. Введение. Цифровое общество, находящееся в стадии становления, демонстрирует проблему обоснования стоимости, ценности и цены цифровых продуктов и услуг, что требует рассмотрения специфики ценности в данном обществе. **Теоретический анализ.** Вслед за финансовым рынком и рынком произведений искусства в цифровом обществе стирается граница между «ценностью» и «стоимостью». Ценность, в том числе ценность личности, приобретает переменный характер и обуславливается наличием уникальных признаков и уникального опыта, который получает рыночную стоимость. В то же время в условиях стандартных цифровых протоколов и технологий истинная уникальность индивидуального опыта личности трудно достижима и может быть достигнута только посредством создания индивидуальных цифровых экосистем в форме роботизированных роев, обеспечивающих жизнедеятельность человека. Совокупность цифровых устройств, которые обладают достаточными ресурсами для постоянного самообновления и формирования вокруг личности замкнутой среды, обеспечивающей уникальный опыт, может быть названа хризалическим роем, который открывает возможность выхода личности из диктуемой обществом логики взаимной конкуренции. **Заключение.** Рассмотрение проблемы ценности в цифровом обществе роевого интеллекта открывает теоретическую перспективу на проблему кризиса социальных элит в условиях реализации данного сценария развития общества.

Ключевые слова: ценности, стоимость, уникальность, роевый интеллект, хризалический рой

Для цитирования: Шаткин М. А. Проблема ценности в цифровом обществе роевого интеллекта // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Философия. Психология. Педагогика. 2024. Т. 24, вып. 3. С. 300–304. <https://doi.org/10.18500/1819-7671-2024-24-3-300-304>, EDN: LGRKRI

Статья опубликована на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0 International (CC-BY 4.0)

Article

The problem of value in the digital society of swarm intelligence

M. A. Shatkin

Saratov State University, 83 Astrakhanskaya St., Saratov 410012, Russia

Max A. Shatkin, maximshatkin@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-8138-6819>

Abstract. Introduction. The emerging digital society demonstrates the problem of justifying the value, worth and price of digital products and services, which requires consideration of the specificity of value in this society. **Theoretical analysis.** Following the financial and art market, the boundary between “value” and “worth” is blurred in the digital society. Value, including the value of an individual, becomes variable and is conditioned by the presence of unique attributes and unique experiences that obtain market value. At the same time, under standard digital protocols and technologies, the true uniqueness of an individual experience can only be achieved through the creation of customized digital ecosystems in the form of robotic swarms that support human life activities. A set of digital devices that have sufficient resources to continuously self-renew and form a closed environment around the individual that provides a unique experience can be called a chrysalis swarm. The chrysalis swarm creates an opportunity for the individual to escape from the logic of mutual competition dictated by society. **Conclusion.** Studying the value problematization in the digital society of swarm intelligence opens a theoretical perspective on the problem of the crisis of social elites in the context of the fulfillment of this scenario of society development.

Keywords: values, worth, uniqueness, swarm intelligence, chrysalis swarms

For citation: Shatkin M. A. The problem of value in the digital society of swarm intelligence. *Izvestiya of Saratov University. Philosophy. Psychology. Pedagogy*, 2024, vol. 24, iss. 3, pp. 300–304 (in Russian). <https://doi.org/10.18500/1819-7671-2024-24-3-300-304>, EDN: LGRKRI

This is an open access article distributed under the terms of Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC-BY 4.0)



Введение

Тенденцией в развитии социальной философии в последние десятилетия является разворот от «фундаментальных вопросов» к «неидеальным» (т.е. признающих легитимность существующих институтов и придерживающихся агностицизма относительно возможности построения идеально справедливого общества [1, р. 206–207]) исследованиям социальных несправедливостей и проблем [2, р. 448]. Одной из таких проблем является угроза автономии и достоинства личности в условиях зависимости от трудового дохода в корпорациях, осуществляющих не только экономическую, но также культурную и ценностную власть над работниками [1, р. 206–208]. При этом навязывание «культурных» ценностей корпоративной культуры, помимо прочего, служит цели обесценивания (т.е. снижения действительной ценности для корпорации) труда работников [1, р. 213]. Особенно остро эта проблема выражается в высокотехнологичном секторе, где ценность (и, соответственно, стоимость) труда отдельного сотрудника трудно оценить [1, р. 214]. Таким образом, вопрос об оценке ценности (стоимости) труда, а также провозглашаемых институтами цифровой экономики культурных ценностей становится вопросом, от обсуждения которого зависит понимание автономии и достоинства (ценности) личности в наступающем цифровом обществе. Социальные условия этого общества, а именно зависимость личности от трудовых доходов, чей размер определяется оценкой ценности труда в рамках корпоративной культуры, обуславливают необходимость рассмотрения феномена ценности в контексте практики оценки стоимости в формирующемся цифровом обществе. С учетом разнообразия сценариев развития этого общества в данной статье мы ограничимся условиями цифрового общества роевого интеллекта, предполагающего акцент на обеспечение человеческих потребностей скоплениями (роями) цифровых устройств, взаимодействующих между собой с помощью алгоритмов роевой оптимизации и не имеющих отдельного «сильного» искусственного интеллекта [3].

Теоретический анализ

Заметной тенденцией в современном политическом, экономическом и научном дискурсе является размытие концептуальных границ между понятиями «(экономическая) стоимость» и «(со-

циальная, культурная) ценность». Предпосылкой для такого размытия служит сдвиг в понимании обоснования цены продукта – от затрачиваемых на него усилий и ресурсов (себестоимости) к его полезности для конкретного пользователя или всего общества. Как указывает Маццукато, этот сдвиг произошел в рамках борьбы западных элит с трудовой теорией стоимости Маркса в первой половине XX в. и затем усилился под влиянием торжества финансового капитала, цена услуг которого не имеет реального обоснования, что в результате привело к размытию границ между «ценой» и «ценностью» [4, с. 101–115, 207]. Стоит заметить, что в русском издании книги М. Маццукато «Ценность всех вещей: создание и изъятие в мировой экономике» это размытие приняло крайнюю форму тотальной замены термина «стоимость» термином «ценность» без учета сложившихся в российской науке традиций, что привело к появлению вызывающих недоумение выражений, как, например, «трудовая теория ценности» (К. Маркс), «прибавочная ценность» и «объем ценности» [4, с. 56, 85, 208].

Проведенное Маццукато исследование финансового рынка, на котором требуемое вознаграждение за предоставляемые услуги не имеет никакой рациональной корреляции с понесенными затратами или предоставляемой пользой, позволяет сделать вывод, согласно которому в основе цены (на эти услуги) лежит произвольно заявленная их символическая ценность для развитой позднекапиталистической экономики. Легко заметить, что ценообразование на финансовом рынке гомологично тому же процессу на рынке произведений искусств (арт-маркете), где художественная (символическая) ценность картины является функцией ее цены, признанной экспертами и рынком [5, с. 20–24]. Таким образом, проблематизация стоимости и ценности не является эксклюзивной чертой цифровой экономики, скорее последняя по своему происхождению несет на себе родимые пятна спекулятивных рынков и престижных арт-маркетов.

Чтобы проанализировать цифровое общество через призму обоснования ценности (стоимости) обращающихся в нем товаров и услуг, требуется провести анализ внутренней, точнее, политэкономической логики существования цифровых технологий как продуктов. Эти продукты появляются вследствие инвестиций (продавца в производство и покупателей в приобретение цифрового продукта) и призваны стать частью цепочки создания стоимости, рост кото-



рой окупит инвестиции. С учетом того, что сами эти инвестиции носят спекулятивный характер, и инвесторы склонны получать доход не от широкого производства инновационного продукта, а от роста цены акций, обусловленного ожиданиями относительно данного производства, уже в основе расчета себестоимости инноваций лежат произвольные оценки и ожидания.

Как указывалось ранее, понятие стоимости (ценности) в последние десятилетия приобрело размытый и полисемичный характер, поэтому проведение четкой границы между экономической стоимостью и внеэкономической социальной ценностью не всегда возможно [6, р. 3–5], особенно если стремление к росту экономической стоимости становится социальной ценностью, которая служит поводом для привлечения интереса публики к новинке и это способствует росту ее цены, которая обосновывается высокой «стоимостью», ставшей в данном случае неотличимой от «ценности». В отличие от традиционной аксиологии под «ценностью» понимается то, что «объявлено» в качестве «важного», а не то, что «должно быть важным (невзирая на рыночную цену)». Так, аксиологическое суждение «человеческая личность, обладая безусловной ценностью», вступает здесь в противоречие с социальной реальностью, где личности включаются в острую конкуренцию за то, чтобы их социальная и экономическая «ценность» (выражаемая в «цене» их труда и активов) возрастала и фиксировалась.

Популярным обоснованием стремительного распространения цифровых технологий является их способность вносить вклад в увеличение «ценности» (и, соответственно, «стоимости», определяемой через «цену» – уровень доходов) пользователей через рост их личной производительности посредством повышения «эффективности» их труда, узнаваемости в социальных сетях, привлекательности через алгоритмы обработки изображений или моделирование внешнего вида. Однако из этого ряда выбиваются технологии, используемые в развлекательных целях (наиболее яркий пример – видеоигры), где, за исключением отдельных категорий профессиональных стримеров, пользователи скорее теряют, чем приобретают профессиональную ценность. Тем не менее эти продукты во многом являются «двигателем» цифровой экономики (и цифрового общества в целом), обеспечивая рост совокупной стоимости представленных в ней продуктов.

Для понимания специфики ценности (стоимости) в цифровом обществе предлагаем обратиться к понятию «валоризация», используемому Л. Болтански и А. Эскером [7] для обозначения придания предмету (товару, услуге, историческому ландшафту) дополнительной ценности через его связь с уникальным историческим или географическим контекстом. Здесь ценность определяется способностью предоставлять уникальный опыт, который также приобретает характер имеющей стоимостное выражение ценности и, в свою очередь, обуславливает социальную ценность и привлекательность личности, обладающей наиболее разнообразным и уникальным опытом. Однако в контексте цифровых технологий уникальность опыта проблематизируется, так как этот опыт обусловлен стандартными программными протоколами, скриптами и шаблонами. Здесь мы сталкиваемся с диалектической основой цифрового общества, а именно противоречием между требованием оригинальности и уникальности и шаблонным характером этой уникальности. Раскрытие этого противоречия, его отражение в разных социотехнических практиках, сферах и дискурсах не может быть осуществлено в рамках традиционного аксиологического подхода, опирающегося на духовное и этическое понимание ценностей. В связи с этим предлагается назвать теоретико-методологический подход, нацеленный на раскрытие того, как формируется связанная со стоимостью ценность, валоризационным.

В возникающем цифровом обществе, опирающемся на ценностно-стоимостные практики финансового рынка и арт-маркета, ценность личности не является безусловной. Она предстает как переменная величина, которая, подобно производству искусства, определяется конкретной уникальностью, представленной в жизненном опыте. Предпосылки такого понимания представлены в ранней работе Болтански и Тевено [8], в которой было введено понятие «величие» (*grandeur*) личности, носящее динамический и процессуальный характер и определяющее ценность (вес) ее аргументации в установлении ценности вещей. В цифровом обществе ценность личности обуславливается местом и ролью (функцией) личности в общественном процессе роста (создания, поддержания, увеличения) стоимости, неразрывно связанном с экономическими, инновационными, социальными и иными инвестициями в развитие цифровых технологий. Последние являются неотъемлемым



инфраструктурным элементом создания и возрастания накопленной в обществе стоимости. Социальная ценность личности предоставляет ресурсы для инвестиций в развитие технологических возможностей поддержания и формирования уникального личного опыта, в то время как достигнутая уникальность монетизируется в рост ценности. Эта взаимосвязь действует и в обратном порядке, когда то, что воспринимается обществом как безликое, скучное и стандартное, не получает ресурсов для обретения первичной уникальности. Здесь открывается широкая перспектива для возникновения и осмысления новых поколений цифрового неравенства, где на современных технологических уровнях воспроизводится так называемый «эффект Матфея», согласно которому богатые становятся богаче, а бедные – беднее. Кроме того, валоризационная перспектива открывает возможности для переосмысления понятия социальных институтов (их роль в процессе создания ценности личности), социального порядка (допустимый уровень различий уникальности и ценности, позволяющий говорить о наличии единого социума) и социального дискурса, который не только служит распространению и монетизации уникального опыта и представлений о нем, но и скрывает те формы опыта, относительно которых не сложился консенсус об их стоимости.

В этих условиях наиболее ценным самоопределением личности становится такое, которое исключает ее из нескончаемой суеты борьбы за классические измерения социальной ценности – престижа, богатства и власти. Причем диалектически отрицание, снятие и в то же время полное осуществление социальной логики борьбы за уникальность произойдет на уровне тех, кто занимает в социальной иерархии ценностей престижное место и обладает достаточными ресурсами для обновления своей личной цифровой инфраструктуры до высшего возможного уровня. Динамичная взаимосвязь уникальности и постоянно меняющейся ценности личности диктует цель достижения максимальной ценности через максимальную уникальность, что диалектически означает переход на новый качественный уровень, снимающий прежнюю логику бесконечной гонки за уникальностью. Этот переход возможен через создание закрытых и самовоспроизводящихся цифровых экосистем, которые не только поддерживают существование и благополучие личности, но и формируют окружающую ее среду. Поскольку эти экосистемы,

как показывает современное развитие цифровых технологий, представляют децентрализованное скопление поддерживающих взаимную связь и постоянно решающих задачи по созданию наиболее оптимального для пользователя уникального жизненного опыта цифровых устройств, то они получили название «роботизированные рои». Пользователь и собственник этих экосистем – роев освобождается от зависимости от общества в части технологических инноваций, поскольку данный рой способен решать задачи по собственной оптимизации. Каждый рой в зависимости от особенностей самого субъекта-пользователя и окружающей среды будет решать данную задачу оригинальным способом. Это обеспечит полностью уникальный опыт субъекта, выступающего в роли «королевы» своего роя, и, соответственно, будет означать достижение неизменной (точнее находящейся в состоянии постоянного самовоспроизводства) ценности данного опыта и одновременно его освобождение от зависимости от тенденций и колебаний социальных представлений о ценности и уникальности. Таким самодостаточным, закрытым цифровым экосистемам, доступным только для наиболее обеспеченных представителей общества, предлагается присвоить наименование «хризалический рой», которое является отсылкой к «золотым» куколкам некоторых бабочек. Этим самым подчеркивается роль роя как непроницаемого защищающего кокона и отражается высокий уровень достатка владельцев таких роев.

Хризалический рой может быть представлен как ценность за пределами ценности и богатство за пределами богатства. Он выводит владельца из нескончаемой конкуренции за место в рейтингах, поскольку в хризалическом рое стоимость и, соответственно, ценность, становятся неизмеримыми и в этом аспекте трансцендентными по отношению к любым формам социально-экономической стратификации, включая принадлежность к собственной элитной группе. Если принять во внимание тот факт, что в истории обществ с выделенными элитами для последних ценностью являлось сохранение социальной и культурной дистанции по отношению к остальным слоям общества, то в цифровом обществе роевого интеллекта это стремление может достичь своей цели, а точнее диалектического снятия ценности данной дистанции, поскольку последняя становится непреодолимой и из разряда ценности переходит в разряд второстепенного элемента внутрироевой реальности.



Заключение

Исследование оформляющихся черт становящегося цифрового общества (в сценарии общества роевого интеллекта) требует обращения внимания в первую очередь на те особенности данного общества, которые наследуются им от современных социально-экономических практик. Технологии роевого интеллекта способны довести до полной реализации те тенденции, которые отражают не только позднекапиталистические условия рынков финансов и искусства, но и в условия всех обществ, где ценностью являлась социальная стратификация и конкуренция за место в социальной пирамиде. Стирание границ между «стоимостью», «ценностью» и «ценой» находит свое полное воплощение в технологическом хризалическом рое, создающем для своего владельца самодостаточную и постоянно самообновляемую экосистему. В то же время создание таких индивидуальных роев проблематизирует феномен социальной элиты, который из консолидированной группы, имеющей общие интересы, распадается на изолированные индивидуальные хризалические рои. Таким образом, последовательное рассмотрение проблемы ценности в рамках цифрового общества роевого интеллекта открывает новую теоретическую перспективу и обуславливает возникновение следующей теоретической задачи, требующей отдельного рассмотрения, а именно изучения кризиса социальных элит в данном типе общества.

Список литературы

1. Herzog L. Citizens' autonomy and corporate cultural power // *Journal of Social Philosophy*. 2020. Vol. 51, iss. 2. P. 205–230. <https://doi.org/10.1111/josp.12310>
2. Hänel H. C., Haslanger S., Kroeger O. Analyzing social wrongs // *Journal of Social Philosophy*. 2022. Vol. 53, iss. 4. P. 448–453. <https://doi.org/10.1111/josp.12505>
3. Шаткин М. А. Проблема приватности в цифровом обществе роевого интеллекта // *Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Философия. Психология. Педагогика*. 2024. Т. 24, вып. 1. С. 62–66. <https://doi.org/10.18500/1819-7671-2024-24-1-62-66>

4. Маццукато М. Ценность всех вещей: Создание и изъятие в мировой экономике. М. : Издательский дом Высшей школы экономики, 2021. 408 с.
5. Грав И. Высокая цена. Искусство между рынком и культурой знаменитости. М. : Ад Маргинем Пресс, 2008. 169 с.
6. Hybrid governance, organisations and society: Value creation perspectives / eds. J. Vakkuri, J. E. Johanson. Abingdon : Routledge, 2021. 268 p.
7. Болтански Л., Эскер А. Обогащение. Критика товара. М. ; СПб. : Издательство Института Гайдара, 2021. 600 с.
8. Болтански Л., Тевено Л. Критика и обоснование справедливости: Очерки социологии градов. М. : Новое литературное обозрение, 2013. 576 с.

References

1. Herzog L. Citizens' autonomy and corporate cultural power. *Journal of Social Philosophy*, 2020, vol. 51, iss. 2, pp. 205–230. <https://doi.org/10.1111/josp.12310>
2. Hänel H. C., Haslanger S., Kroeger O. Analyzing social wrongs. *Journal of Social Philosophy*, 2022, vol. 53, iss. 4, pp. 448–453. <https://doi.org/10.1111/josp.12505>
3. Shatkin M. A. The problem of privacy in the digital society of swarm intelligence. *Izvestiya of Saratov University. Philosophy. Psychology. Pedagogy*, 2024, vol. 24, iss. 1, pp. 62–66 (in Russian). <https://doi.org/10.18500/1819-7671-2024-24-1-62-66>
4. Mazzucato M. *The Value of All Things. Creation and Withdrawal in the Global Economy*. Allen Lane, Penguin Random House UK, 2018. 312 p. (Russ. ed.: Mazzucato M. *Tsennost vseh veshchey. Sozдание i izyatie v mirovoy ekonomike*. Moscow, HSE Publishing House, 2021. 408 p.).
5. Graw I. *Der große Preis: Kunst zwischen Markt und Celebrity-Kultur*. DuMont, 2008. 160 S. (Russ. ed.: Graw I. *Vysokaya tsena. Iskusstvo mezhdu rynkom i kul'turoy znamenitosti*. Moscow, Ad Marginem Press, 2008. 169 p.).
6. Vakkuri J., Johanson J. E. (eds.). *Hybrid governance, organisations and society: Value creation perspectives*. Abingdon, Routledge, 2021. 268 p.
7. Boltanski L., Esquerre A. *Enrichissement. Une critique de la merchandise*. Paris, Gallimard, 2017. 672 p. (Russ. ed.: Boltanski L., Esquerre A. *Obogashchenie. Kritika tovara*. Moscow, St. Petersburg, Institut Gaydara Publ., 2021. 600 p.).
8. Boltanski L., Teveno L. *De là justification. Les économies de la grandeur*. Paris, Gallimard, 1991. 496 p. (Russ. ed.: Boltanski L., Teveno L. *Kritika i obosnovanie spravedlivosti*. Moscow, Novoye Literaturnoe Obzrenie, 2013. 576 p.).

Поступила в редакцию 04.01.2024; одобрена после рецензирования 27.03.2024; принята к публикации 03.06.2024; опубликована 30.09.2024

The article was submitted 04.03.2024; approved after reviewing 27.03.2024; accepted for publication 03.06.2024; published 30.09.2024