

1.4. Філософська журналістика як різновид медійного спілкування

Філософська журналістика, хоча і виникла в європейській культурі наприкінці XVIII ст. та початку XIX ст., довгий час залишалася поза увагою дослідників. Ситуація змінилася в останнє десятиріччя XX ст. – на початку XXI ст., вона виступає одним із важливих компонентів мас-медіа, що стають основною детермінантою медіареальності в умовах інформаційного суспільства. Важливою складовою цих змін є виникнення таких соціокультурних феноменів, як поп-наука і поп-філософія, що розглядаються як деяка імітація реальної науки, філософії і виступають альтернативою їх класичному академічному образу. Інший найважливіший аспект взаємодії мас-медіа та філософії – це активна присутність філософів в мас-медійному просторі, його змістовному форматі, поява нової конфігурації філософської журналістики.

Інформаційне суспільство змінює функції як журналістики, так і філософії. Журналістика в сучасному суспільстві ладна рекламувати все, що завгодно. Машини, пральні порошки й одяг, засоби гігієни, людське тіло й концепції. Філософія «розкриття простих істин», що зараз поляризується в численних біленьких книжечках Пауло Коельо, Антуана де Куатьє та багатьох інших «тлумачників життя», наштовхує на думку, що все можна продати й купити. І навіть отримати за це великі гроші. Не останню роль грає в цьому мас-медіа, що великим павутинням розповсюджує, інформує та забезпечує звичайного користувача новими відкриттями сьогодні. Як гороскоп, що радить сьогодні утримуватися від конфліктів, ми створюємо для себе повсякденну філософію. Майже кожен повинен для себе зрозуміти, що філософія – це добре й це ознака освіченості. Філософія для мас. Філософія – кожному в дім. Загалом, те знання, що створюється й накопичується одиницями, розчиняється серед мільйонів. Це як страва, над творенням якої працював професійний шеф-кухар, і котру потім, засунувши в мікрохвильову піч, смакує вся родина.

Такий вплив журналістики на філософію, те, що К. Ясперс називав «здатністю до комунікації». Це може вважатися позитивним або

негативним, осуджуватися вузькоспеціалізованими філософами-консерваторами чи, навпаки, проголошуватися геометричною прогресією в розвитку філософії тими, хто прагне поширювати її якомога більшими територіями. Та незважаючи на міцні оборони журналістики, вірніше, її відкриття кордонів для всього інноваційного, що наче сніговий шар, зліплюється у щось велике та впливове, філософія теж має що привнести до постулатів. Наразі можна говорити про створення так званої інтелектуальної журналістики – філософської. Ті знавці слова та своєї справи, що вийшли поза сухість інформаційних новин та об'єктивність аналітичних статей, можуть сміливо відносити свої публікації до саме цього різновиду журналістики. На відміну від філософів, що поступаються простим на користь складному й більш глибокому осягненню речей, вони штурмують проблеми повсякденного життя, що потребують суб'єктивної думки. Багато випускників філософських факультетів вузів мають здатності та прагнення спробувати себе в галузі преси, та не менша кількість журналістів віддає перевагу на користь філософських есе. Звільнені від обмежень і вимог журналістського жанру, вони створюють свої концепції бачення світу вкупі з професійним досвідом та знанням життя. Можливо, вони навіть продуктивніші за самих філософів, адже журналісти використовують чисельні маски у своїй щоденній праці. Але з іншого боку, це може спричинювати неоднозначність їхніх поглядів, варіативність думки, нестабільність позиції.

Новий поворот у філософській журналістиці був майже «на ура» сприйнятий молодими фахівцями. Так, у всесвітній мережі Інтернет присутній електронний літературно-філософський альманах студентів факультету журналістики МДУ, які охарактеризували це наступним влучним висловом: «Журналістика – крива лінія, у той час як філософія – множина відрізків, кожний з яких закінчується численною кількістю вихідних відрізків». Розшифровувати їхню думку можна таким чином: журналістика – це означений шлях, котрий характеризується типовими для всіх жанрів ознаками: актуальністю, інформативністю та оперативністю. Вона ніколи не поступається цими постулатами, лише іноді змінюючи вектор свого напрямку в залежності від навколишніх обставин. Філософія створює багато думок, багато концепцій, які можуть як знаходитися у пересічній площині, так і ніколи не зустрічатися. І кожна нова думка водночас є площею

для розгортання нових суперечок, нових поглядів, та, як висновок, нових гілок (відрізків) філософської течії.

Філософія наразі опиняється у неоднозначному становищі. Світська література чи інтелектуальне письменництво, що розподіляє людей на «тих, хто «в курсі справи»» й «тих, хто ні»? Чи можливо, що популяризація її журналістикою стимулює розвиток філософії? Вплив філософії на четверту владу можна оцінювати позитивно – коментатори навчилися мислити, чіпляючи на хвіст своє власне світосприйняття? Філософська журналістика = літературна культура?

Багато запитань, і не лише цих, постане перед тими, хто відкриє в собі здатність філософствувати в житті. Як їх вирішувати – справа самого як журналіста, так і філософа, бо кожен із них вже має право мислити суб'єктивно.

Поява медіареальності презентує множинні образи, нову конфігурацію філософської журналістики. Суб'єктами філософської журналістики стають не лише професіонали, вона відкрита для спеціалістів різних напрямків, набуває виразу своєї ідентичної інтелектуальної гри. На думку Л. Пенто, філософська журналістика стає *rag exceïïen-se* культурною формою, завдяки якій посередники, люди, які перетинають межі й здійснюють переходи, будь-то журналісти, літератори чи університетські викладачі, здійснюють внесок до того, щоб зробити колективно прийнятним вільне циркулювання в інтелектуальному полі [2, с. 30–35]. Це і є смисл філософської журналістики як вільного засобу спілкування, як професійного й культурного, так і публічного в цілому. У сучасній філософській ситуації філософський журнал набуває характеру міжкультурного спілкування.

Філософію завжди цікавлять взаємини між людьми, їхні взаємодії й взаємовплив, не лише спілкування як власне спілкування, а його роль в освіті, науці, культурі. Філософська журналістика в цьому процесі є досить важливим інструментом. Про це свідчить динаміка видавництва філософських журналів у світі в ХХ ст. На початку Першої світової війни 1914–1918 рр. у світі виходило більше 40 філософських журналів, у період війни видання багатьох філософських журналів урвалося, деякі припинили видаватися. У 1919–1939 рр. виникло 57 нових філософських журналів у Німеччині, Італії, Франції, США, вони почали видаватися в Китаї, Австралії, Індії; з'явилися спеціалізовані філософські журнали з логіки та методології науки. Під час

Другої світової війни 21 філософський журнал перестав видаватися. Нові філософські журнали створювалися переважно в США. У післявоєнні роки число філософських журналів зростає: у 1945–1950 рр. було створено 37 нових філософських журналів, у 1950 р. – близько 50, в 1951–1960 рр. також близько 50, в 1960–1966 рр. стало виходити приблизно 40 нових журналів. У цей період з'явилися філософські журнали у ряді країн Латинської Америки (Аргентині, Чилі, Бразилії, Мексиці, Еквадорі), Пакистані, Індії; сталася подальша спеціалізація філософських журналів з історії філософії, естетики, методологічних проблем соціальних наук, етики, логіки, були створені реферативні філософські журнали, нові міжнародні філософські журнали.

На початку XXI ст. видаються філософські журнали *англійською мовою* в Австралії – 1, Англії – 8, Нідерландах – 2, Норвегії – 1, США – 22, міжнародні філософські журнали – 7, *російською мовою* – 15, *німецькою мовою* видаються в Австрії – 1, Німеччині – 19, *французькою* в Бельгії, Франції, Канаді – 15, а також 7 міжнародних, *іспанською мовою* – 1, італійською – 28, видаються філософські журнали в Болгарії – 2, Бразилії – 1, Польщі – 4, Румунії – 1, Фінляндії – 1, Естонії – 1 [7]. Змінилася ситуація з філософською журналістикою і в Україні. Філософські журнали видаються майже у всіх університетах країни, хоча, на жаль, перелік їх відсутній, оскільки більшість із них видаються за кошти викладачів та аспірантів. Чому маємо таку ситуацію? На думку С. Пролеєва, яку він виклав у статті «Призначення філософського журналу у дзеркалі статистики», вияв такого стану філософської журналістики на Україні є стрімким зменшенням філософії та суміжних із нею дисциплін у структурі університетської освіти. Маємо ситуацію своєрідної «шагреневої шкіри», яка перебігом вітчизняної університетської ситуації зменшується у розмірах так швидко, що від усієї понад двадцятип'ятистолітньої поважної філософської традиції – цього інтелектуального стрижня європейської історії – в українських університетах невдовзі залишиться щонайбільше маленький клаптик, придатний хіба що – пардон! – прикривати причинне місце, як це вчиняють навіть дикуни. Складається враження, що вже сьогодні українські освітяни та керівництва університетів не позбавляються цієї речі лишень із сором'язливості, не вбачаючи для філософії жодної іншої корисної, власне освітянської, ролі [3, с. 138].

Зазначимо, що це майже єдина за останні, як наприкінці ХХ ст., так і на початку ХХІ ст., роки всебічна стаття не тільки про долю українського філософського академічного журналу «Філософська думка», але й про долю філософії. Ця думка присутня в роздумах В. Анашвілі. Він підкреслює, що без кількості кваліфікованих журналів множинної «направленості» та кількох «загальнонаціональних» гуманітарних журналів нас чекає науковий перелом [1, с. 7]. Аналізуючи стан філософської журналістики в Росії, він робить дуже песимістичний висновок: «Вопросы философии», так як і «Философские науки» давно втратили нерв сучасної гуманітарної журналістики, похмуро повертаючись до стилістики та тематики давно минулих часів [1, с. 10]. Варто зазначити, що в авторитетному філософському індексі «Philosopher's Index», що існує з 1967 року та поновлюється кожні три місяці, відсутній перелік як російських, так і українських журналів та щорічників. На думку дослідників, це можна пояснити незацікавленістю видавців, не завжди відрефлексованим посиленням на самодостатність, герметичність, відсутність у глобальному професіональному діалозі на рівних правах [6, с. 115].

Позицію С. Пролєєва, В. Анашвілі, Ю. Синеокої поділяє В. Порус, котрий вважає, що склалося протиріччя між багатотисячним загоном професійних філософів і незначною кількістю філософських журналів, їх кількість жалюгідна, і не може бути порівняна зі станом у деяких європейських країнах. Він робить досить різку заяву, що навіть це «нікчемне» за сучасними мірками журнальне виробництво наповнюється компілятивно-реферативними описами, на фоні яких висококласні роботи стають винятком. Філософський журнал стає засобом виробництва «ускладнених» кадрів, що втрачають своє призначення. Ось тому, як вважає В. Порус, їх не можна називати авангардними.

Філософська журналістика в інформаційному суспільстві є складовою мас-медіа. На цю обставину звернув увагу Н. Луман, підкреслюючи, що поняттям мас-медіа повинні бути охоплені всі суспільні заклади, які використовують для розповсюдження повідомлень технічні розмножувальні засоби, що продукцією мас-медіа є газети, журнали, фотокопії тощо, але не рукописи, що були написані мовою під диктування в Середні віки, і не публічні виступи та доповіді в наш час [2, с. 15].

Сучасна інформаційна реальність внесла значні зміни щодо теорії й практики журналістики, її філософського розуміння. Філософська журналістика стає все більш предметом наукового аналізу. Змінилася інтерпретація самого феномена «журналістика». У працях медіааналітиків зазначається, що теорія журналістики, яку запропонували на початку ХХ ст., вже не може бути актуальною для сучасної дійсності. В останніх наукових працях як зарубіжних, так і вітчизняних ідеться про те, що журналістика не лише елемент мас-медіа, але й складова комунікативістики. Такий акцент дозволяє вбачати журналістику як різновид комунікації та спілкування. Спілкування являє собою не тільки передмову організації й здійснення спільної діяльності людей, а й фактично само є специфічним видом людської діяльності й навіть отримало спеціальну назву комунікативної діяльності. У такому розумінні праця фахівців у царині філософії практично складає основний зміст і зміст професійної діяльності або ж стає основним засобом здійснення професійних функцій.

Філософська журналістика є одним із професійних засобів спілкування, її слід віднести до наукового типу, оскільки філософія має статус науки. Водночас філософську журналістику можна інтерпретувати як різновид корпоративної культури. У такому ракурсі аналіз філософської журналістики відсутній, хоча є досить актуальним. Аналіз наукових публікацій (досить незначної кількості) свідчить про те, що в інтерпретації філософської журналістики окреслились два напрямки: класичний/посткласичний, традиція/новація. Якщо класичний напрямок у філософській журналістиці пов'язаний з її виникненням у лоні німецької філософії, то посткласичний – із появою посткласичної філософської думки, і перш за все – постмодернізму.

Теоретики постмодернізму наголошують на депрофесіоналізації філософії, про надання їй статусу товару. Про це свідчать роботи Р. Ротрі, Н. Лумана та Д. Рашкоффа. Р. Ротрі в публікації «Філософія і майбутнє» зазначає, що настав період депрофесіоналізації у філософії, що не має необхідності турбуватися про чистоту нашої дисципліни [5, с. 31–32]. Така позиція Р. Ротрі пов'язана з тим, що філософське виробництво в сучасному світі стає товаром, і корелює з позицією У. Бека про те, що в сучасних умовах виникає єдиний світ – товарний світ. Стає в такому розумінні своєрідним товаром і філософська журналістика.

Цьому сприяють сучасні технології мас-медіа. Вони змінюють конфігурацію філософської журналістики. На початку свого виникнення в європейській культурі наприкінці XVIII ст. – на початку XIX ст. філософська журналістика існувала як моножурналістика, тільки як журнал, як книга. Ця модель філософського журналу була започаткована в XIX ст. у Німеччині. В Україні таку модель презентував «Філософський тріхмісячник», який видавався в Київському університеті проф. В. Козловим. Це перший філософський журнал, що з'явився в ті часи як на теренах України, так і Росії.

У наш час технологія стає головним чинником, що не тільки зумовлює розвиток нових конфігурацій філософської журналістики, але й засоби її маніфестації. Внаслідок такої ситуації наукові контакти, наукове співробітництво долає національні, регіональні кордони, вони стають спілкуванням без меж. Відбувається міжкультурний науковий зв'язок, міжкультурна наукова взаємодія. Як вважає Ю. В. Синьока, філософська періодика, починаючи з 1980 року, все більше відіграє роль модератора філософського дискурсу. Це стосується як експериментування з ідентифікацією філософії шляхом звернення до мови політики, мистецтва, психотерапії тощо, так і поширення простору самої філософії, конструювання нових дисциплін [6, с. 195].

Отже, в сучасних умовах філософська журналістика є важливим елементом мас-медіа. Це один із засобів наукового та медійного спілкування. Мас-медіа перетворюють у глобальному комунікативному просторі будь-яку проблему, що хвилює людей, в товар і розвагу, задають нову конфігурацію філософії і філософської журналістики, виступають як альтернатива їх класичному академічному образу.

УДК 101:316.776

ББК 87.223

М42

К 20-летию кафедры ЮНЕСКО «Философия человеческого общения»
и социально-гуманитарных дисциплин

Рекомендовано к печати кафедрой ЮНЕСКО «Философия человеческого общения» и социально-гуманитарных дисциплин Харьковского национального технического университета сельского хозяйства имени Петра Василенко (протокол № 5 от 17.12.2016 г.)

Рецензенты:

В. А. Абашиник – доктор философских наук, профессор, заведующий кафедрой гуманитарных и фундаментальных юридических дисциплин Харьковского экономико-правового университета;

В. В. Гусаченко – доктор философских наук, профессор Харьковского национального университета имени В. Н. Каразина

Авторский коллектив:

А. П. Алексеенко, М. В. Бейлин, Л. М. Газнюк, О. Г. Данильян, Л. Н. Дениско, А. П. Дзевань, С. А. Заветный, Л. А. Карпец, И. И. Куликова, А. А. Маляренко, Н. И. Моисеева, Е. Ю. Мошинская, Д. В. Петренко, С. Г. Пилипенко, Е. В. Прудникова, Ю. А. Семенова, К. П. Яковенко

Ответственный за выпуск С. Г. Пилипенко

Авторский коллектив искренне благодарит В. А. Прудникова
за помощь в издании монографии

Медиа и философия: грани взаимодействия : монография / [А. П. Алексеенко, М. В. Бейлин, Л. М. Газнюк и др.] ; под ред. Л. Н. Дениско, С. А. Заветного. – Харьков, 2017. – 258 с.

ISBN 978-966-937-139-3

Коллективная монография посвящена философско-культурологическим и философско-антропологическим аспектам взаимодействия медиа и философии. В поле зрения авторов проблемы трансформации философии под влиянием медиа в современном информационном обществе. Отмечается, что взаимодействие медиа и философии в информационном обществе приобретает новую конфигурацию. Рассматриваются появление медиафилософии, становление медиареальности, медиасубъектов. Анализ указанных феноменов представлен в контексте новой парадигмы «мир – медиа – человек», которая не имела аналогов в предыдущие эпохи.

Для специалистов в области философской антропологии, философии культуры, социальной философии, культурных и социальных исследований и тех, кто интересуется вопросами медиафилософии и медиаантропологии.

УДК 101:316.776

ББК 87.223

© Алексеенко А. П., Бейлин М. В., Газнюк Л. М. и др., 2017

© Оформление. Издательство «Право», 2017

ISBN 978-966-937-139-3