

- [електронний ресурс]. – М.: Международный Центр Рерихов; Мастер-Банк, 2008. – Вып. 1 – 528 с. – Режим доступа: <http://lib.icr.su/node/1239>.
14. Рікер П. Сам як інший / П. Рікер; [пер. з фр. В. Андрушко, О. Сирцова]. – 2 вид. – К.: Дух і Літера: Центр європейських гуманітарних досліджень Національного ун-ту «Києво-Могилянська академія», 2002. – 456 с.
  15. Степаненко І. В. Контури духовності у постсучасній перспективі / І. В. Степаненко // Наукові записки Харківського військового університету. Соціальна філософія, психологія. – Харків: ХВУ, 2004. – Вип. 3(21). – С. 25-33.
  16. Толстых В. И. Глобализация в социокультурном измерении / В. И. Толстых // Практична філософія. – 2001. – № 2. – С. 23-72.
  17. Фуко М. Воля к истине: по ту сторону знания, власти и сексуальности. Работы разных лет / М. Фуко; [пер. с фр. С. Табачниковой] – М.: Касталь, 1996. – 448 с.
  18. Фуко М. Історія сексуальності: [у 3 т.] / М. Фуко; [пер. з фр. І. Донченка]. – Х.: Око, 1999. – Том 2. Інструмент насолоди. – 288 с.
  19. Фуко М. О трансгрессии / М. Фуко; [сост., пер., комм. С. Л. Фокин] // Танатография Эроса: Жорж Батай и французская мысль середины XX века. – СПб.: Мифрил, 1994. – С. 111-131.
  20. Фукуяма Ф. Доверие: социальные добродетели и путь к процветанию / Ф. Фукуяма; [пер. с англ.]. – М.: АСТ – Ермак, 2004. – 730 с.
  21. Чаплигін О. К. Творчий потенціал людини: від становлення до реалізації (соціально-філософський аналіз): [монографія] / О. К. Чаплигін. – Харків: Основа, 1999. – 277 с.
  22. Ярошенко Т. М. Межовість як проблема сучасної філософської етики / Т. М. Ярошенко // Філософські перипетії. Вісник Харківського національного університету ім. В. Н. Каразіна. Серія: філософія. – Харків, 2006. – № 734. – С. 116-120.
  23. Giddens A. The consequences of modernity / A. Giddens. – Cambridge: Polity Press, 1990. – 186 p.

УДК 130.2+167

*Деніско Л. М.*

*Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна*

*Мошинська О. Ю.*

*Національний університет «Юридична академія України імені Я. Мудрого» (м. Харків)*

*Соколова О. В.*

*Харківський національний технічний університет сільського господарства імені П. Василенка*

## **ФІЛОСОФСЬКА ЖУРНАЛІСТИКА ЯК РІЗНОВИД МЕДІЙНОГО СПІЛКУВАННЯ**

У статті розглядаються питання філософської журналістики в медійному спілкуванні. Підкреслимо, що вона – один із компонентів сучасних мас-медіа. Маніфестує себе як різновид наукового професійного та інтелектуального спілкування. Подана динаміка філософської журналістики.

**Ключові слова:** медіа, медійне спілкування, філософська журналістика, наукове, професійне спілкування, динаміка філософської журналістики.

В статье рассматриваются вопросы философской журналистики в медийном общении. Подчеркнем, что она – один из компонентов современных масс-медиа. Манифестирует себя как разновидность научного профессионального и интеллектуального общения. Дана динамика философской журналистики.

**Ключевые слова:** медиа, медийное общение, философская журналистика, научное, профессиональное общение, динамика философской журналистики.

The article reviews the issues of philosophical journalism in media intercourse. It's necessary to emphasize that philosophical journalism is one of the components of modern massmedia. It represents itself as



a variety of scientific professional and intellectual interaction. The dynamics of philosophical journalism is presented.

**Keywords:** media, media intercourse, philosophical journalism, scientific, professional intercourse, dynamics of philosophical journalism.

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. та на початку XXI ст. філософська журналістика стає одним із важливих компонентів мас-медіа, які стають основною детермінантою медіареальності в умовах інформаційного суспільства. Щодо медіареальності, як і до мас-медіа, то в останній період з'явилася досить численна наукова література, в якій подано філософське розуміння цих феноменів. У той же час філософська журналістика як різновид медійного спілкування ще не знайшла свого висвітлення у філософському дискурсі. Цим обумовлена актуальність теми статті та її предмет.

Філософська журналістика як соціокультурний феномен з'являється значно пізніше, ніж філософія і журналістика. Вона з'являється в інтелектуальному полі європейської культури наприкінці XVIII – початку XIX ст., про що свідчить історія і зародження в Німеччині і Франції, і набагато пізніше в Росії і Україні.

Філософська журналістика є одним із аспектів складного взаємозв'язку філософії і журналістики, який відтворює як розвиток самої філософії, так і розвиток журналістики, і відображає вплив який мають вони одне на одного.

Сучасне інформаційне суспільство презентує себе появою медійної реальності. Медіа стають однією з важливих доміант розвитку поряд з інформацією. Саме цією обставиною можна визначити актуалізацію наукового філософського осмислення мас-медіа, на підставі яких з'явилась медіареальність. На цю обставину вказують дослідники медіареальності Р. Марграйтер, І. П. Смірнов, П. Слотердайк, Д. Рашкофф, В. Савчук, Л. Пенто та інші.

Медіареальність в інформаційному суспільстві характеризується тотальністю, повторюваністю і загальністю. Реальність медіа пов'язана з виробництвом і споживанням медіапродукту. Відмінність медіареальності полягає в тому, що в ній відсутній розподіл на реальність суб'єктивну і об'єктивну, ідеальну і матеріальну, на реальне і уявне. Нові засоби комунікації створюють нову конфігурацію суб'єкта. З'явився медіасуб'єкт, відмінною рисою якого, як зазначають фахівці, стає децентралізація. Апеляція до медіареальності базується на тому, що вони самі не тільки є предметом розгляду, скільки самі являють світ у його даності. Людина стала бачити світ очима медіа. Масовий характер медіа, або масовий формат медіа, саме та обставина, що змінює реальність.

Філософське осмислення мас-медіа полягає не тільки в тому, щоб відповідати на старі питання, а генерувати нові, не задовольняти зацікавленість, а збільшувати і розширювати її. Подібна стратегія лежить в основі появи такого філософського напрямку як філософія медіа, що оперує широким спектром нових категорій, понять, концептів, раніше невідомих: мас-медіа, медіа-середовище, медіа-реальність, медіа-простір, медіа-вірус, медіакратія тощо. Важливою складовою цих змін стало виникнення таких соціокультурних феноменів, як поп-наука і поп-філософія. Вони розглядаються як якась імітація реальної науки, філософії і виступають як альтернатива їх класичному академічному образу. Інший найважливіший аспект взаємодії мас-медіа та філософії – це активна присутність філософів в мас-медійному просторі, його змістовному форматі, наявність 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 і одяг, засоби гігієни, людське тіло і навіть концепції. Філософія «розкриття простих істин», що зараз поляризується у численних біленьких книжечках Пауло Коельо, Антуана де Куатьє та багатьох інших «тлумачників життя», наштовхує на думку, що все можна продати і купити. І навіть отримати за це великі гроші. Не останню роль грає у цьому мас-медіа, що великим павутинням розповсюджує, інформує та забезпечує звичайного користувача новим відкриттям 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 і це ознака освіченості. Філософія для мас. Філософія – кожному в дім.



Загалом, те знання, що створюється і накопичується одиницями, розчиняється серед мільйонів. Це як страва, над творенням якої працював професійний шеф-кухар, і котру потім, засунувши у мікрохвильову піч, смакує вся родина.

Такий вплив журналістики на філософію. Це те, що Ясперс називав здатністю до комунікації. Це може вважатися позитивним або негативним, осуджуватися вузькоспеціалізованими філософами-консерваторами чи, навпаки, проголошуватися геометричною прогресією у розвитку філософії тими, хто прагне поширювати її якомога більшими територіями. Та незважаючи на міцні оборони журналістики, вірніше, її відкриття кордонів для усього 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 і 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 у 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 укупі з професійним досвідом та знанням життя. Можливо, вони навіть продуктивніші за самих філософів, користуючись численними масками, що їх вимушений одягати журналіст у своїй щоденній праці. Але з іншого боку, це може спричинювати і неоднозначність їх поглядів, варіативність думки і нестабільність позицій.

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 таким влучним висловом: «Журналістика – крива лінія, у той час як філософія – множина відрізків, кожний з яких закінчується численною кількістю вихідних відрізків». Розшифрувати їх думку можна таким чином: журналістика – це намічений шлях, котрий характеризується типовими для усіх 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? Інтелектуальне письменництво, що розподіляє людей на «тих, хто в к курсі справи» і «тих, хто ні»? Чи можливо, що популяризація журналістикою лише стимулює її розвиток? 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 у собі здатність філософствувати у 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 своєрідної інтелектуальної гри. На думку Л. Пенто, філософська журналістика стає *par excellence* культурною формою, завдяки якій посередники, люди, що перетинають границі і здійснюють переходи, будь-то журналісти, літератори чи університетські викладачі, здійснюють вклад до того, щоб зробити колективно прийнятним вільне циркулювання в інтелектуальному полі [2, с. 30-35]. Саме в цьому і є сенс філософської журналістики як вільного засобу спілкування, як професійного і культурного, так і публічного в цілому. В сучасній філософській ситуації філософський журнал набуває характеру міжкультурного спілкування.

Філософію завжди цікавлять взаємовідносини між людьми, їх взаємодії і взаємовплив, не просто спілкування само по собі, 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 по логіці і методології науки [«Erkenntnis» (Lpz., 1930-1940 рр.); «Philosophy of Science» (Balt., з 1934 р.); «Theoria» (Goteborg, з 1935 р.)].

Під час Другої світової війни (1939-1945) 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 по історії філософії, естетиці, методологічним проблемам соціальних наук, етиці, логіці, були створені реферативні філософські журнали, нові міжнародні філософські журнали. Основна тенденція в розвитку філософської журналістики – подвоєння загального їх числа за 15-20 років (у 1850 р. – 4, 1870 р. – 9, 1890 р. – 19, 1910 р. – 38, 1930 р. – 58, 1950 р. – 97, 1970 р. – близько 200).

На початку ХХІ ст. видаються філософські журнали *російською мовою* – 15, *англійською мовою* в Австралії – 1, Англії – 8, Нідерландах – 2, Норвегії – 1, США – 22, міжнародні філософські журнали – 7, *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. Щодо України, то в Ulricp'si internacional зазначено в 1970 році лише один філософський журнал [6]. Але ситуація з філософською журналістикою змінилася. 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. Пролєєва, 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 «шагренєвої 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 залишаться щонайбільше маленький клаптик, придатний хіба що – пардон! – прикривати причинне місце, як це вчиняють навіть дикуни. Складається враження, що вже сьогодні українські освітяни та керівництво університетів не позбавляються цієї речі лишень із сором'язливості, не бачаючи для філософії жодної іншої корисної, власне освітнянської, ролі. [4, 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 і в інтерв'ю В. Анашвілі «Російському журналу». 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: на філософському факультеті МДУ тиражем 6 300 екземплярів виходить «Вісник філософського факультету», а це ж МДУ – це світове ім'я. І журнал у нього повинен бути відповідним, масштабний, якщо не міжнародний. «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]

В авторитетному філософському індексі «Philosopher's Index», що існує з 1967 року і який поновлюється кожні три місяці, не присутні до цього часу російські журнали та щорічники. На думку, Ю. В. Синеокої, це можна пояснити незацікавленістю видавців, не завжди відрефлексованим посиланням на самодостатність, герметичність, відсутність у



глобальному професійному діалозі на рівних правах. [5, с. 115] Відсутня у поданому індексі і українська філософська періодика. Причини відсутності подібні до російських.

Позицію С. Пролєєва, В. Анашвілі, Ю. Синєкої поділяє В. Порус, який 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» по сучасним міркам 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, наші журнали не можна називати авангардними.

Аналізуючи філософську журналістику, слід підкреслити, що вона 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 і т. д., але не рукописи, що були написані мовою під диктування в Середні віки, і не публічні виступи і доповіді в наш час. Техніка розповсюдження відіграла важливу роль у процесі відокремлення системи мас-медіа, таку ж якою була роль грошей по відношенню до економіки. [2, с. 15]

Сучасна інформаційна реальність внесла значні зміни щодо теорії і практики журналістики і філософського розуміння спілкування. Філософська журналістика стає все більш предметом наукового аналізу у зв'язку з низкою соціокультурних обставин. Змінилося розуміння самого феномена «журналістика». Вона стає структурним елементом мас-медіа.

У працях медіа аналітиків 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 йдеться про те, що журналістика не лише елемент мас-медіа, але й складова комунікастики. Такий акцент дозволяє вбачати журналістику як різновид комунікації та спілкування. Спілкування являє собою не тільки передмову організації і здійснення спільної діяльності людей, а й фактично само є специфічним видом людської діяльності і навіть отримало спеціальну назву комунікативної діяльності. У такому розумінні праця фахівців у царині філософії практично складає основний сенс 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. У той же час філософську журналістику можна інтерпретувати як різновид корпоративної культури. У такому ракурсі аналіз філософської журналістики відсутній, хоча є досить актуальним. Актуальним, бо ставить питання: філософська журналістика – лише і тільки для фахівців, чи вона змінює свій статус – стає публічною? Аналіз наукових публікацій (досить незначної кількості) свідчить про те, що в інтерпретації філософської журналістики окреслились два напрямки: класичний і посткласичний, традиція / новація. Якщо класичний напрямок у філософській журналістиці пов'язаний з її виникненням у лоні німецької філософії, то посткласичний – з 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 ХVІІІ ст. – на початку ХІХ ст. філософська журналістика існувала як моножурналістика, тільки як журнал, як книга. Ця модель філософського журналу була втілена наприкінці ХІХ ст. у «Філософском трехмесячнике», 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.

Медіареальність презентує множинні образи, нову конфігурацію філософської журналістики. Вона стає різновидом медіафілософії, презентує себе як Інтернет-журнал, як блог, як візуальний образ тощо. Технологія стає головним чинником, що не тільки зумовлює розвиток нових конфігурацій філософської журналістики, але й засоби її маніфестації. Внаслідок такої ситуації науки контакти, наукове співробітництво долає національні, регіональні кордони, вони стають спілкуванням без меж. Відбувається міжкультурний науковий зв'язок, міжкультурна наукова взаємодія. Як вважає Ю. В. Синеока, 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. [5, с. 135]

Отже, в сучасних умовах філософська журналістика є важливим елементом мас-медіа. Це один із засобів наукового спілкування, який в умовах інформаційного суспільства презентує нову конфігурацію. Філософська журналістика презентує себе як книга, як Інтернет-журнал змінюючи засоби 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.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Інтерв'ю В. Анашвілі, редактора журналу «Логос», кореспонденту «Російського журналу». 19.05.06: [електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.russ.ru/publish>.
2. Луман Н. Реальность масс-медиа / Н. Луман; [пер. с нем. А. Ю. Антоновского]. – М.: Праксис, 2005. – 256 с.
3. Пэнто Л. Философская журналистика / Л. Пэнто; [пер. с фр. Е. Д. Вознесенской] // Социологос. – М.: Институт экспериментальной социологии, 1997. – С. 30-56.
4. Пролесев С. Призначення філософського журналу у дзеркалі статистики / С. Пролесев // Філософська думка. – 2010. – № 6. – С. 137-142.
5. Рорти Р. Философия и будущее / Р. Рорти; [пер. с англ. Т. Н. Благовой] // Вопросы философии. – 1994. – № 6. – С. 29-34.
6. Ulrich's international: periodicals directory. – 1971. – С. 1278-1289.
7. Синеокая Ю. В. Опыт сравнения отечественных и западной философии (по страницам философских журналов) / Ю. В. Синеокая // Философские науки. – 2007. – № 12. – С. 114-135.
8. Електронний ресурс. – Режим доступу: <http://www.philifo.org.him>.

УДК 111

Полякова О. А.

Харьковский национальный университет имени В. Н. Каразина

#### ПАРАДИГМАЛЬНИЙ СТАТУС КАТЕГОРИИ ДИОНИСИЙСКОГО У Ф. НИЦШЕ

Піднімається питання про сутність діонісійського в роботах Ф. Ніцше, аналізуються його теоретичні описання як естетическої категорії в діалектичному єдності з аполлонієм. Діонісійське відноситься також до сократического по лінії раціональне-ірраціональне, і до християнської традиції. Зроблено висновок про парадигмальний статус категорії діонісійського для європейської культури.

**Ключевые слова:** діонісійське, аполлонієське, діалектичне єдність, символ.