

ФІЛОСОФІЯ Й ФІЛОСОФИ В СУЧАСНОМУ ПУБЛІЧНОМУ ПРОСТОРІ ЗМІ

Стаття описує зміни, що відбулись системі засобів масової комунікації з поширенням доступності соціальних мереж. В статті продемонстровані наслідки, до яких призвели ці зміни. Автор показує можливості й перспективи для філософів у новій системі засобів масової комунікації.

Ключові слова: засоби масової комунікації, філософія, пропаганда

The article describes the changes that have taken place in the mass communication system with the spread of accessibility of social networks. The article shows the consequences of these changes. The author shows possibilities and prospects for philosophers in the new system of mass communication.

Key words: Media, philosophy, propaganda

Сьогодні засоби масової комунікації мають величезний вплив на формування свідомості людей будь-якого віку, на формування поведінки, вподобань (політичних, етичних, естетичних), тобто світогляду в широкому сенсі. Можна сказати, що ЗМІ – найпотужніша та найвпливовіша машина продукування ідеології нашого часу. Чи є місце філософії та філософів в системі засобів масової інформації? Чи не втратила філософія свою роль та вплив на ідеологічну складову суспільної свідомості?

Традиційно до засобів масової інформації відносили пресу, потім радіо, телебачення, кінематограф. Філософська література (особливо в тій частині, яка не обслуговувала ідеологічні потреби влади) не вважалася частиною ЗМІ, більш того, філософи протиставляли себе тим, хто працював у сфері ЗМІ. Це протистояння проходило на рівні тематики й та стилів мислення. ЗМІ мало реагувати на виклики сьогодення, на подієвість, на сучасність, на частковість, мало реагувати швидко, орієнтуватись на найширшу аудиторію. Філософія міркувала про концептуальне, «вічне», загальне, швидка відповідь на складне питання не входило до чеснот філософа, крім того, філософія традиційно була частиною специфічної університетської освіти, філософи не підлаштовувались

й не розраховували на найширшу аудиторію, аудиторія мала зрозуміти філософа. Філософська тематика, філософи зрідка з'являлись у ЗМІ, а коли з'являлись, то у вигляді окремих інтерв'ю з мислителями, документальних фільмів. Філософи мали опосередкований вплив на масову соціальну свідомість, на відміну від журналістів й інших діячів ЗМІ.

Останні десятиліття обсяг поняття ЗМІ значно розширився за рахунок вибухового розвитку Інтернету, доступності соціальних мереж тобто за рахунок можливості для майже кожної людини бути не тільки адресатом (об'єктом) ЗМІ, а стати одночасно адресантом (суб'єктом) системи масової комунікації: писати пости, знімати відеоролики, вести блоги, власні канали тощо – за умови наявності певної кількості послідовників. Ця принципова зміна традиційних ролей в системі комунікації не могла не призвести до змін в системі соціальних відношень й в системі засобів масових комунікацій. І не всі вони оцінюються як позитивні.

По-перше, стало очевидним, наскільки впливове ЗМІ у процесах маніпулювання свідомістю, викривлення інформації, конструювання спотвореної картини світу - ці процеси набули небаченого досі обсягу. Наш час ми називаємо епохою постправди. Одна з найгостріших тем для дискусій сьогодні: пропаганда й контрпропаганда. Цікаво, що відомий дослідник пропаганди Пітер Померанцев у лекції, присвяченій британській контрпропаганді часів Другої Світової Війни, говорить, що єдиний більш-менш впливовий вид контрпропаганди спирався не на ідею розкриття правди про фашистський режим, а спирався на збільшення критики по відношенню до дрібних рутинних рішень німецького уряду [1].

По-друге, криза експертності, криза легітимації знання й авторитетності. Сьогодні позиція впливу визначається не дипломами або посадою, а кількістю послідовників у соціальних мережах, кількістю згадувань у ЗМІ. Наприклад, відомий філософ Юрген Габермас бачить в цьому глобальну небезпеку для громадянського суспільства, коли неосвічена більшість впливає на соціальні відношення [див.: 2].

Але, ця ситуація розриває певний простір для зміни місця філософів і філософії для системи масової комунікації. Коли майже розчиняються стандартні взірці розуміння світу, коли майже кожна доросла людина замислюється над тим, як не загубитися у лавині інформації, саме філософський підхід критичного мислення може стати точкою відліку для аналізу великих інформаційних підходів. Саме філософія в буреломні часи ставала й може стати стержнем, опорою у розумінні полинних подій. Тим паче, сьогодні філософ може безпосередньо виходити на простір медіа-каналів за межі університетів, стати безпосереднім суб'єктом, учасником системи масової комунікації. В Україні вже є декілька цікавих філософів, які мають популярність, які безпосередньо залучені у сучасні ЗМІ: Андрій Баумейстер, Вахтанг Кебуладзе, Олександр Кулик.

Отже, зміна статусу ЗМІ й розширення кількості й якості суб'єктів засобів масової інформації може змінити й статус філософії й філософів у суспільстві.

Список використаних джерел

1. Померанцев Пітер. Інформація під час війни: уроки британської контрпропаганди. URL: https://www.youtube.com/watch?v=wu6mA64_rpg (дата звернення 1.11.2022).
2. Баумейстер Андрій. Нова книга Юргена Габермаса: цифрові медіа проти громадянського суспільства? URL: <https://www.youtube.com/watch?v=F3gVG6FCPdw&t=3392s> (дата звернення 1.11.2022).