

СУДЬБА ФИЛОСОФИИ В ЭПОХУ МАСС-МЕДИА**Кулиева З.Р.****научный руководитель ст. преп. каф. философии ГИ СФУ Кузьмина Е.Н.
Сибирский федеральный университет**

Сегодня масс-медиа участвует в культурном производстве. Так они вторглись и в философскую сферу. Масс-медиа осуществляют выбор собеседников, «звезд», тем, заголовков, ставят «лейблы». «Участие» не ограничивается описанием того, что происходит. Журналисты берут на себя право «маркировать» некоторых лиц философами, тем самым «перепрыгивая» в чужое поле.

Мы считаем, что современных журналистов можно сравнить с софистами. П. Адо в своем знаменитом исследовании «Что такое античная философия?» говорит, что античный философ живет иной, философской жизнью, совершенствуется. Совершенствование становится своеобразным кодом доступа для философа в особую, сакральную сферу производства культуры – философию. В другой работе, «Духовные упражнения и античная философия», объясняет, что философ выступает посредником между трансцендентным идеалом мудрости и конкретной человеческой реальностью. То есть, как указывает Адо, философия существовала как «закрытая» сфера. Именно софисты делают доступной философскую деятельность без предварительной «подготовки». Появившаяся прагматичность разрешила проблему доступности истины. Демократизацией знаний занимаются и масс-медиа, однако, мы замечаем иную цель. Целью медиа в обращении к философии служит желание приобрести правомерный статус института жрецов, обладающих истиной. Чтобы владеть сознанием масс, современному институту жрецов необходимо утвердиться на этом посту. Однако целью философии в культуре является сохранение этой сакральной закрытости.

Результатом сосуществования университетского эрудита и чистого журналиста стало смешение подлинного и мнимого (authentiqueetsimili). Об этом свидетельствует термин «философ», функционирование которого стало неопределенным.

Основным ресурсом философов-журналистов служит восхваление теоретических достоинств, создается предназначенный широкой публике псевдо-имидж философии и философа, воплощением которого служат некоторые статьи с крайне низким объемом информации. Восхваляемый продукт доступен и при этом подлинный. Журналисты, чаще всего, рассматривают эффект известности автора уже после того, как он был достигнут, чем продвижением того, что заслуживало бы (во всяком случае, по их мнению) быть открытым, проанализированным и осмысленным [1].

Сейчас можно выделить 2 разновидности современного философа: университетский и медиа-философ.

| Современный философ: | Образ |
|----------------------|--|
| Медиа-философ | белая рубашка, отложной воротник, романтическая грива à la Байрон, декламация пренебрежительное отношение к университетским канонам идеи, воплощением которых служат некоторые статьи с крайне низким объемом информации |

| | |
|------------------------|--|
| | <p>восхваляемый продукт должен быть доступен, демонстрируя одновременно признаки подлинности воздействие на непосвященного [настоящей] философии или, как они говорят, «обаяние философии». [1]</p> <p>самодостаточен некоторая степень эгоизма умение противостоять другому мнению умение работать с медиа умение установить отношение с потребителем (читателем, зрителем, слушателем) [2]</p> |
| <p>Университетский</p> | <p>манерный плохо информирован не имеет связи с реальностью вне академической специализации недостаточно остроумен лишен связи с обществом нелепо неэффективен в своей англофилии и педантской манере говорить [3]</p> |

Главным отличием между философами и журналистами является то, что первые склонны сосредоточиться в любой ситуации на действительных идеях и понятиях, а для вторых важны конкретные факты.

Журналистское «вторжение» в философский мир создает множество пока нерешенных вопросов. Некоторые находят решение в создании новой дисциплины. Превращение философии в «медиа-философию», по мнению М.Ю. Опёноква, происходит в момент, когда академическое занятие делает предмет своего изучения «дух информационного общества». Таким образом, создается инструментальная дисциплина - медиа-философия [4].

Американский ученый Карлин Романо более 25 лет назад начал вести семинар «Философские проблемы журналистики» в Йельском университете (провёл почти 20 раз в самых разных вузах, от Санкт-Петербургского университета в России до университета Пенсильвании). Именно этот предмет, по мнению автора, приведет к избавлению от сиюминутности, позволит целостно видеть суть происходящего, глубже размышлять [3].

На наш взгляд, можно очертить широкий круг вопросов, которые на сегодняшний день требуют ответов. Может ли журналист претендовать на осуществление философской функции? Должна ли философия оставаться «закрытой» сферой производства культуры? Легитимно ли функционирование философии в современной культуре?

Список использованной литературы:

1. Пэнто Л. Философская журналистика. URL: <http://sociologos.net/textes/pinto/pinto1.htm> (дата обращения: 28.03.2014)
2. Фуко М. Интеллектуал и власть: Избранные политические статьи, выступления, интервью. М.: Праксис, 2006. 320 с.
3. Романо К. Нам нужна философия журналистики Новая журналистика. URL: <http://www.russ.ru/pole/Nam-nuzhna-filosofiya-zhurnalistiki> (дата обращения: 28.03.2014)
4. Опёнков М. Ю. Медиа-философия о «журналистике 2.0». Доклад на Международной научно-практической конференции «Журналистика Русского Севера: история, современность, перспективы», 28 ноября 2008 г., Россия, Архангельск