

Литература

1. Интеграционные взаимодействия образования, науки и производства как фактор современного российского общества – [Электронный ресурс] – 2013. – Режим доступа: [<https://cyberleninka.ru/article/n/integratsionnye-vzaimodeystviya-obrazovaniya-nauki-i-proizvodstva-kak-faktor-progressa-sovremennogo-rossiyskogo-obschestva>] – Дата доступа: 23.03.2021;
2. Синергия – философское понятие в обычной жизни – [Электронный ресурс] – 2021. – Режим доступа: [<https://pokoriaem.ru/biblioteka/sinergiya-filosofskoe-ponyatie-v-obychnoj-zhizni.html>]. – Дата доступа: 24.03.2021.

УДК130.2:316.774

Медиафилософия – философия эпохи новых медиа

Лимановский А.М., Мяделец А.В., Жоголь Н.Н.
Белорусский национальный технический университет

На рубеже XX и XXI вв. началось активное обсуждение нового явления в научной мысли – медиафилософии, предмета и задач данного философского направления. Впервые употребил данный термин Рудольф Фитц в своей книге “Медиафилософия. Музыка, язык и письмо Фридриха Ницше” (1992). В том же году Юрген Хабермас использовал данное понятие в книге «Фактичность и значимость», в которой он говорит, что медиафилософия - это перечень нормативных предписаний гуманитарного характера для масс-медиа в целях достижения общественного консенсуса. В 2000 г. Франк Хартман в своей книге «Медиафилософия» ставит уже вопрос о медиафилософии как самостоятельной дисциплине. В последующем эта идея развивается в работах Дитера Мерша, Норберта Больца, Фридриха Китлера, Матиаса Фогеля, Лоренца Энгеля, Стефана Мюнкера, Вернера Конитцера, Райнхардта Марграйтера, Александра Рёслера и др.

Александр Рёслер, например, сосредоточил свое внимание на понятии «медиа», подчеркивая, что появление новых медиа не является чем-то кардинально существенным для медиафилософии, ведь понятие «медиа» не зависит от определенного временного периода, так как о медиа начал размышлять еще Аристотель [5].

Медиафилософия – актуальное направление гуманитарной мысли, предметом изучения которого является медиареальность. Медиареальность

- реальность, которую производят, представляют и обособляют медиа и новые технологии, включая человека как цель, средство, условие коммуникации. Для решения этой задачи медиафилософия призвана разработать свой специфический метод исследования медиапространства. Сфера изучения медиафилософии довольно обширна. Она акцентирует внимание на таких вопросах, как сложность изучения медиареальности, сущность и роль медиа в современном мире, глобализация и медиа, место индивида в медиапространстве [1]. Савчук В.В. подчеркивает, что медиафилософия призвана обратить пристальное внимание на такие вопросы, как анализ особенностей сознания, которое появляется благодаря новым медиатехнологиям; выявление особенностей рациональности, заданной совершенно новой реальностью; установление места человека в мире, связанным с медиатехнологиями. Издавна вопрос о свободе является ключевым для философии, поэтому необходимо выяснить, насколько индивид свободен в распоряжении ими [2, С.10].

Медиа давно является неотъемлемой частью человеческой жизни. Исследователь Л.П. Погорелая выделяет четыре этапа в эволюции СМИ:

1) Первый – эпоха газет. С помощью СМИ власть активно воздействует на своих граждан. Несмотря на то, что объектная сфера информационного воздействия ограничена, возникает феномен общественного мнения, которое формируется властью с помощью газетных сообщений.

2) Второй этап – радиоэпоха (газеты + радио). Эффективность информационного воздействия вышла на совершенно новый уровень благодаря тому, что имеет место одновременное воздействие на широкий круг объектов, преобразование информационного воздействия в информационно-развлекательное.

3) Третий –телеэпоха (газеты +радио + телевидение). Она предоставляет возможность воздействовать сразу на два органа чувств: зрительный и слуховой. Изображение используется для привлечения внимания, формирования доверия к источнику информации и вводу объекта в требуемое психологическое состояние, звуковой сигнал используется для внедрения в сознание и подсознание необходимой информации. Методы информационного воздействия достигают максимума эффективности и приобретают тотальный характер. Как итог, газеты борются за выживание, пытаются расширить своё присутствие в секторе развлечений. Эра заканчивается апогеем СМИ – возникновением феномена “мейнстрим медиа”, что совместно с экономической стороной вопроса означает

монополизацию и концентрацию СМИ, а с социальной – глобальную информационную изоляцию.

4) Четвертый этап – эпоха глобализации (газеты + радио + телевидение + Интернет). Любой пользователь получил возможность знакомиться с альтернативной информацией и размещать её в Интернете. Таким образом, подрывается монополия мейнстрим медиа на интерпретацию событий и уже невозможно организовывать блокировки определённой информации [4].

21 век – эра информационных технологий, и не осталось сомнений, что средства массовой информации значительно влияют на общество, на наше восприятие, эмоции, понимание, знания. Они порождают медиа-реалии, создают новую социальную реальность, формируют общественное мнение.

Современная философия часто обращается к слову «медиа» для осмысления актуальных процессов, формирующих современную культуру. Под медиа понимаются средства массовой информации. Основными средствами массовой информации являются: интернет, телевидение, радио, печатные источники. Необходимо понимать, что порой человек находится в медиареальности независимо от своего желания. Современные философы утверждают, что медиареальность становится практически доминантным условием человеческого существования. Медиареальность это уже не посредник, передающий информацию, это транслятор, который может способствовать развитию или подавлению новой реальности. [3]

Медиареальность — реальность всех, но не для всех. В настоящее время продаются не только товары и услуги, а также мысли, чувства, образы и стереотипы, которые скрываются в рекламе. Задачей философии здесь является формирование критического подхода, который станет инструментом разоблачения идеологических манипуляций, используемых СМИ. Она рассматривает ситуацию воздействия средств массовых коммуникаций на человека, на его картину мира, мировосприятие, на его тело и ощущения; она акцентирует внимание на том, как возможно бытие человека в ситуации всевозрастающего потока совращающей, увлекающей и неминуемо поглощающей его медиареальности.

Медиафилософия исследует предметы, которые ранее относились к области частных интересов философии науки и техники, социологии, политологии, эстетики и теории искусства, истории и теории коммуникаций. Она изучает их как инструмент влияния современных технологий на индивида. В данный момент благодаря виртуальной

реальности формируется новая структура социальной жизни, с которой людям и массмедиа придется считаться. Поэтому сейчас мы наблюдаем процесс перехода к новой медиареальности, которая и строиться будет по-новому.

Литература

1. Медиафилософия// [Электронный ресурс]. – Режим доступа: (<https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9C%D0%B5%D0%B4%D0%B8%D0%B0%D1%84%D0%B8%D0%BB%D0%BE%D1%81%D0%BE%D1%84%D0%B8%D1%8F>) /Дата доступа: 22.03.2021.

2. Савчук В. В. Медиафилософия: формирование дисциплины // Медиафилософия. Основные проблемы и понятия / под. ред. В. В. Савчука. СПб. , 2008.

3. Чернышева И. В. Медиареальность: среда обитания или протез сознания // Медиафилософия VI. Необратимость трансформации / под ред. В. В. Савчука и А. И. Иваненко. СПб. , 2010.

4. Погорелая Л.П. Негосударственные средства массовой информации как институт гражданского общества (теоретико-правовой аспект): автореф. дис. ... канд. юрид. наук. Киев, 2015.

5. Визинг Л. Шесть ответов на вопрос “Что такое медиафилософия?” (пер. с нем. Д. Колесниковой) // Вестник ЛГУ им. А.С. Пушкина. Серия Философия. 2010. № 3. Т. 2. С. 189–194.

УДК 101:313.472.4

Философия социальных сетей

Стельмах Я.О., Жоголь Н.Н.

Белорусский национальный технический университет

Жизнь современного человека невозможно представить без использования последних достижений научно-технического прогресса. Век информационных технологий внёс свои коррективы не только в деятельность людей, но и в общение между ними. На сегодняшний день обмен информацией осуществляется как в реальной, так и в цифровой плоскости посредством, так называемых, социальных сетей, или