

Філософія у магістралі інформаційного суспільства

Орися Грудка

Український католицький університет (Львів)

Суспільна функція філософії мінлива – їй надають форми історичні умови, їхні магістральні ідеї. У фокусі нашої доповіді – магістраль інформаційного суспільства, вибудована поверх магістралі модерного суспільства, роль філософії у магістралі інформації, де бути маргінальною означає не бути.

Модерний час сформував філософію як окрему академічну дисципліну – рівну поряд з іншими, хай і значно новішими; філософія зазнала впливу наукового позитивізму та структуралізму, остаточно перетворившись на *одну* з наук. Суспільна функція філософії у цей час (з кінця XIX ст. до сер. XX ст.) відповідала загальній логіці модерного суспільства – як злагодженого організму (засвідченого ранніми соціологами, зокрема Е. Дюркгаймом та М. Вебером), який прямує до кращого майбутнього, що його уможливить прогрес, модерні інституції й ідеології. Філософія як одна зі спеціалізацій у такому суспільстві цінна як підґрунтя для ідеологій – у політичному сенсі, та для наук – в академічному.

Тепер же логіку ідеології замінює логіка інформації, логіку дискурсів і наративів – логіка голого факту, логіку соціології – логіка медіології, причинності – доповнення, репрезентації та рефлексії – миттєвої презентації. Такі риси інформаційного суспільства, описаного соціологом Скоттом Лешом (Lash, 2002).

Інформація як окремий вид знання, який нічого не презентує, а тільки презентує й занурює (*immerse*) – це нова архітектура та інфраструктура сучасності. В інформаційному суспільстві *продукування* не таке важливе як *поширення*. Текст, який у модерності сприймають в умовах зосередження та водночас дистанціювання від предмету читання, інформаційний час презентує через відволікання та водночас занурення, де ми не відокремлюємо себе від об'єкта прочитання. Сама опозиція об'єкта/суб'єкта нівелюється. Якщо модерність – час «там», де можливе місце для рефлексії, то інформаційний час – час «і», що діє за принципом додатковості. Є багато всього – і філософія.

«Можливо, на краще, але радше на гірше, ми в академії змушені працювати за логікою інформації» – висновує Леш (Lash, 2002, р. 76–77).

Інформаційний час має наскрізний вплив на філософію – в аспектах сприйняття дійсності, опрацювання літератури, поширення, обговорення тощо. Ілюстративним є дедалі більше залучення філософів до публічної (чи, радше, медійної) дискусії, до мови «говоріння», маркетингу та комунікацій, якою розмовляє і завдяки якій *працює* сучасне суспільство. Університети заохочують професорів писати в медіях, виступати публічними інтелектуалами, так поміщаючи їх у суспільство, в якому більше немає нічого *зовні*.

Показовими є тогорічні дебати С. Жижека та Дж. Пітерсона, які як дискусія по суті не відбулися. Філософам ні про що було говорити – кожен з них виробив свою окрему мову, якою промовляв до своєї «аудиторії». Маркетингові принципи стали діяти й тут: читач обирає філософа, якого хоче, і той може замикає свою філософську систему у власних категоріях; у його натеper атомізованій філософській діяльності дискусія необов'язкова, як і в пізньокапіталістичному суспільстві – пошук консенсусу (хоча вважають начебто демократія, для якої консенсус – основа, є реалізованою політичною ідеєю). У пошуку літератури через інтернет-системи дослідник може знайти підтвердження будь-якої своєї тези. Цільовий точний пошук вирізає читання «зайвої літератури» і спрощує шлях дослідника. Бульбашки фільтрів (Pariser, 2011) соціальних мереж діють і для науковців. Це спричиняє до кластеризації наукових шкіл. Свідченням є і міждисциплінарні студії (не у сенсі комунікації між студіями, а у сенсі виникнення нових дисциплін). Науковці замикаються у вузьких межах своїх студій, діалогу не відбувається.

Це все може свідчити про те, що філософія перебуває на маргінесі, тобто маргінесах, на окремих розрізнених «ринках ідей», які комунікують не за консенсус у науці (ідеал якої передбачає пошук закономірностей) та суспільстві за ліберальним принципом, а комунікують напряду зі споживачем. Роздрібнення не сприяє постанову ідей, які можна було б репрезентувати. Швидка магістраль інформації розмиває усі думки, не поєднані за

мережевим принципом у динамічні канали.

Чи може філософія залишатися маргінесом у таких несприятливих для рефлексії умовах? Виконуючи суспільну функцію – ні. Франкфуртська школа довела, що філософія не може бути поза суспільством, а навпаки має бути ангажованою. Якщо сама філософія не займатиме певну нішу, за неї це зробить маркетинг: наприклад, видавши профанні ідеї за філософію. Коли кричати й підлаштовуватись до правил комунікації та маркетингу не є виходом, можливим рішенням виглядає освоєння теперішньої магістралі інформації. Наразі вона є неструктурованою і дикою, і це по-різному описували філософи минулого століття (Бод-ріяр, Дебор, Віріліо, Джеймсон, Бурдьйо, Бауман). Однак це передбачає можливість створення нових потоків, доріг і вулиць, таких, що передбачатимуть стале обговорення. В атомізованому суспільстві, де наука як колективний процес під загрозою, це особливо важливо, а поки здебільшого деструктивний інформаційний вимір суспільства пропонує простір для освоєння.

Список посилань:

Lash S. (2002). *Critique of information*. London: Sage.

Pariser, E. (2011). *The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You*. New York: Penguin Press.

«Літературний суб'єкт» в рецептивній естетиці Вольфганга Ізера

Єлизавета Даценко

Національний університет «Киево-Могилянська Академія»
(Київ)

Філософський потенціал літературних текстів мало досліджений. Саме дослідники констанської школи на чолі з Вольфгангом Ізером (1926–2007) вперше звернули увагу на досвід героя художнього тексту як на важливий аспект дослідження людини засобами філософії та розробили метод прочитання літературних текстів, спираючись на сприйняття читача.