

приїде, то він знайде спосіб як його змусити приїхати. Платон приїжджає в третій раз. Історія повторюється втретє – Платон починає боротися з тираном, підлим жорстоким народом, який зраджує, так би мовити, усіх. У цій третій історії присутня і зрада, і жорстокість, і боягузтво тощо. Втрачає владу Діонісій Молодший, перемагає Діон, а потім і він гине від своїх же соратників і тому подібне.

Спадає на думку, а навіщо в ці склоки втрутився Платон? Відповідь насправді, банальна. Це не кабінетний мислитель, а це античний мудрець, який вважає, що якщо він мудрець, є речі, які він зобов'язаний робити. Кудись йому втручатися взагалі не потрібно, а десь, так би мовити, сенс його життя – сказати своє слово, чим би не довелося за це заплатити. Дійсно, в своїй останній подорожі в Сіракузи, Платон був заарештований і посаджений до в'язниці. Звільнити його вдалося лише втручанням його великого друга – Тарента Архіта, одного з найбільших філагорійців 4-го століття. Особистості дуже впливовій, і дуже могутній. Тільки це втручання допомогло Платону повернутися додому до Афін.

Після цього державними справами Платон не займався, хоч із творів його і видно, що був він державницькою людиною. Хоча, аркадяняни і фіванці, коли засновували Мегалопіль, запросили його в законодавці; але, зрозумівши, що дотримуватися принципу справедливості вони не згодні, він відмовився. До того ж, Платон один заступився за воєначальника Хабрія, коли тому загрожувала смерть, а ніхто інший із громадян на це не зважився; і коли він разом з Хабрієм йшов на акрополь, ябедник Кробіл зустрів його і запитав: "Ти заступаєшся за іншого і не знаєш, що тебе самого чекає Сократова цикута?" – А він відповів: "Я зустрівачся з небезпеками, борючись за батьківщину, не відступлю і тепер, відстоюючи шану дружби" [Диоген Лаэртский. О жизни, учениях и изречениях знаменитых философов. – М. : Мысль, 1979. – 620 с.].

Таким чином, із вище наведеного вбачається, що Платон по справжньому, на практиці прагне реалізувати ідею ідеального суспільства побудованого на принципах справедливості.

*Т. Г. Шоріна, канд. філос. наук, НАУ, Київ
ya_netta@mail.ru*

ІДЕОЛОГІЧНИЙ СВІТ МЕДІАРЕАЛЬНОСТІ ТА ЗАПИТИ МЕДІАОСВІТИ

Сучасне суспільство та його засоби комунікації доводять, що дійсність в основі своїй стає потоком інформації, головними носіями якої виступають електронні та цифрові медіа. Цим пояснюється звавий інтерес дослідників із різних сфер діяльності до проблеми медіа, зокрема, до проблеми ідейно-смыслового наповнення інформаційних продуктів, які насамперед цікавлять гуманітаріїв.

Спочатку медіа мали лише інструментальний статус, роль яких зводилась до передачі повідомлень. У теперішній час можна говорити про медіа як про самостійну онтологічну умову існування людини [Савчук В.В. Медиафилософия: формирование дисциплины // Медиафилософия I: Основные проблемы и понятия. – СПб.: Санкт-Петербургское Философское общество, 2008. – С. 10]. Сучасні медіа не тільки конструюють нову смислову реальність, а й породжують нового суб'єкта. Якщо характеристиками реальності медіа називають сплутаність, нестабільність, мінливість, мобільність і відкритість, то і суб'єкт цієї реальності набуває ознак невизначеності та ідентифікаційної сплутаності, децентралізації. Якщо класична раціональність розуміла дійсність через діалектичну суперечність суб'єкт-об'єктних відношень, то медіареальність ігнорує таке розрізнення. Більше того, домінуючим елементом сучасних медіа стає не текст (лінгвістичний характер реальності), а образи ("іконічний поворот"). Ця перебудова відбивається на характерові свідомості людини – її давнішим елементом стають образи, чуттєве сприйняття. В такій ситуації людина опиняється в нерівноправному положенні – наочно медіа постулюють себе в якості опосередковуючої реальності, що рівно доступна для всіх людей. Але, в сутності, вони приховують існуючу інформаційну нерівність. Від людини-споживача інформації вислизає метафізична реальність – реальність визначених і завданих мадіасмислів. Медіаінформація завжди буде відповідати соціальним інтересам тих, хто продукує, підтримує та може впливати на доступність людей до інформації. Медіареальність, таким чином, залишається, так би мовити, "річчю у собі", а суб'єкт має справу лише з інтерпретацією реальності, з однією чи іншою її стороною, лише з уявленням про неї, а не з самою справжньою реальністю. Така гносеологічна ситуація з розвитком медіа дала підстави російському досліднику Д. Сівкову методологічно порівнювати її з неklasичними філософськими рефлексіями буття світу, зокрема, представленими у Т. Адорно та М. Хоркхаймера в праці "Діалектика Просвітництва". Трагедія пізнання і культури, на думку останніх, полягала в тому, що суб'єкт уявляє, ніби здатний досягнути цілісності світу, проте він має справу тільки з поверхневим шаром і не "бачить" складного гілкування різноманіття системних зв'язків. Аналогічна справа з медіа. Вони демонструють метафізичну поведінку й здійснюють метафізичну роботу, так як, по-перше, здійснюють глобалізацію і локалізацію реальності, по-друге, організують пізнання суб'єкта, конституують самого суб'єкта і, по-третє, метафізично ухиляються від нього [Сивков Д.Ю. Медиа и метафизика // Медиафилософия II. Границы дисциплины. – СПб.: Санкт-Петербургское Философское общество, 2009. – С. 25].

Ідея об'єктивної передачі образу, його адекватності відступає перед свободою вибору у відображенні та інтерпретації однієї й тієї самої реальності. Тому важливим постає завдання експлікації й критичного осмислення багаторівневого та комплексного характеру виробництва

медіареальності. Цим завданням займаються нові дисциплінарні галузі – медіафілософія та медіаосвіта.

Смисли, що продукують медіа, претендують на універсальне значення й загальнолюдське охоплення. Смисли важливі тим, що формують систему бачення світу. Залежно від картини світу у людей виникає мотивація на здійснення тих чи інших дій. Отже, люди рухаються вслід за власними смислами. Тому вивчення ідейно-смыслового повідомлення медіа є питанням водночас соціальної й моральної відповідальності медіа перед суспільством.

Основоположник медіаосвітньої теорії розвитку критичного мислення – британський вчений Л. Мастерман (L. Masterman) вважає, що оскільки медійна продукція є результатом свідомої діяльності, логічно визначаються, щонайменше, чотири сфери вивчення: 1) на кому лежить відповідальність за створення медіатекстів, хто володіє засобами масової інформації та контролює їх; 2) як досягається необхідний ефект?; 3) які ціннісні орієнтації створюваного таким чином світу?; 4) як його сприймає аудиторія? Можна припустити, що Л. Мастерман, здійснюючи такий структурний аналіз медіа, водночас намагається виявити справжні механізми ідеологічного впливу і цінностей того чи іншого медіатексту. Безсумнівним в медіаосвітній діяльності та медіафілософії визнається факт наявності ідеологічної основи в медіа.

Передбачається, що медіа здатні цілеспрямовано маніпулювати громадською думкою, в тому числі в інтересах тієї чи іншої соціальної групи, класу, раси або нації. Педагогічна стратегія зводиться до вивчення політичних, соціальних, національних і економічних аспектів медіа, до аналізу численних протиріч, які містяться в їх подачі з точки зору тієї чи іншої групи, класу, раси, релігії або нації. На переконання Л. Мастермана, медіа, безсумнівні, виступають агентами "домінуючої ідеології", які спрямовані на пасивних реципієнтів.

Погодимось із справедливою оцінкою політолога Г. Мельник, про те, що "інформація" перетворилася в інструмент влади, який використовується як товар, а останні досягнення в області технології роблять його структурним елементом стратегії політики держави, визначеним для ротації структури бюрократичного життя, тобто управлінського апарату держави. Саме тому інформація надходить до реципієнта в усіченому, неповному вигляді, її справжнє повідомлення завжди вислизає від його розуміння. Медіа нав'язують певні правила прочитання соціальних відносин, що стоять на службі "домінуючої ідеології".