



ZhytomyrIvanFrankoStateUniversity Journal.
Philosophical Sciences. Vol. 2(86)

Вісник Житомирського державного
університету імені Івана Франка.
Філософські науки. Вип. 2(86)

ISSN: 2663-7650

УДК: 130.2:316.42:101.8:167

DOI 10.35433/PhilosophicalSciences.2(86).2019.83-91

АКАДЕМІЧНІСТЬ І ПУБЛІЧНІСТЬ ЯК МОДУСИ ПОШИРЕННЯ ФІЛОСОФСЬКОГО ЗНАННЯ В УМОВАХ СУЧАСНОСТІ

С. Г. Пилипенко*

У статті здійснено аналіз сучасного стану філософії у контексті співвідношення "академічність – публічність" при поширенні знання в умовах глобалізації та становлення медійної реальності. Зазначено доцільність використання таких понять як маркерів сучасності: "глобалізація", "єдиний товарний світ", "мас-медіа", "медіареальність" та ін. Звернення до напрацювань Л. Пенто й Р. Рорті дозволило окреслити нові прояви презентації в суспільстві філософії, філософського знання у зрізі "академічність – публічність" з урахуванням змін сучасного соціокультурного простору. Підкреслено, що на межі двадцятого та двадцять першого століть відбувся медіаповорот, який постав викликом для звичних форм презентації філософії. Виникає медіареальність, що змінює звичну конфігурацію взаємодії філософської спільноти і суспільства. Відбувається трансформація наукових та філософських повідомлень, у результаті чого вони починають існувати згідно вимог журналістики і ринку, шоу і театральної вистави. У сучасному гуманітарному дискурсі все частіше використовуються поняття "поп-культура", "поп-філософія", "белетристика", здійснено їх дослідження для окреслення особливостей взаємодії "академічність – публічність" при поширенні філософських напрацювань в теперішньому суспільстві. Указано, що в західній культурі набуває поширення такий літературний жанр як Non-fiction (наукова література).

З'ясовано, що сучасність демонструє нові публічні форми презентації філософії поза академічними інститутами: філософські кафе, бібліотеки, бізнес-школи, клуби, тренінги, телепрограми тощо. Останні втілюють нову конфігурацію діалогу суспільства і філософської спільноти у контексті публічного повороту, який віддзеркалюється сучасним філософським дискурсом й передбачає подолання шаблону, стандарту, конформізму.

Указано, що співвідношення "академічність – публічність" не лише фіксує зміну презентації в суспільстві філософського знання, але окреслює модули розвитку філософії в умовах глобалізації та зростаючої інформатизації суспільства.

Ключові слова: символічне виробництво та обмін, академічність/публічність, філософська публіцистика, медіареальність, глобалізація

* Кандидат філософських наук, доцент,
(Харківський національний педагогічний університет імені Г. С. Сковороди)
pilipenkosvetl@gmail.com
ORCID: 0000-0002-5949-0134

ACADEMICITY AND PUBLICITY AS MODES OF DISSEMINATION OF PHILOSOPHICAL KNOWLEDGE IN THE CONDITIONS OF MODERNITY

S. G. Pylypenko

The article provides an analysis of the current state of philosophy in the context of the ratio of "academicism – publicity" in the dissemination of knowledge in the age of globalization and the emergence of media reality. It also states the expediency of using such concepts as "markers of our time", "globalization", "the only commodity world", "mass media" and "media reality" etc. An appeal to the works by L. Pento and R. Rorty made it possible to outline new presentation of philosophy in the society, and philosophical knowledge in such modus as "academicism – publicity" taking into account changes in the socio-cultural space. It is emphasized that at the turn of the twentieth and twenty-first centuries, a media turn took place, which was a challenge to the usual forms of presentation of philosophy. Media realism emerges that changes the familiar configuration of philosophy. A transformation of scientific and philosophical messages also takes place. As a result, they begin to exist in accordance with the requirements of journalism and the market, shows and theater performances. The concepts of "pop culture", "pop philosophy" and "fiction" are increasingly used in contemporary humanitarian discourse. Their research was carried out to determine the features of the interaction "academicism – publicity" in the dissemination of philosophical developments in this society. In Western culture, such a literary genre as Non-fiction (scientific literature) is spreading.

It has been ascertained that modernity is demonstrating new public forms of presenting philosophy outside academic institutions: philosophical cafes, libraries, business schools, clubs, trainings, television programs, etc. The latter embody a new configuration of the dialogue of society and the philosophical community, which is reflected in modern philosophical discourse and involves overcoming the pattern, standard, conformism.

It has been pointed out that the ratio "academicism – publicity" does not only capture a change in the presentation of the philosophy of society, but also determines the modus of development of philosophy in the context of globalization and the growing informatization of modernity.

Keywords: Symbolic Production and Exchange, Academicism/Publicity, Philosophical Journalism, Media Reality, Globalization

Постановка проблеми. На зламі ХХ – ХХІ століть відбулося загострення дискурсу щодо самоідентифікації філософії в умовах світу, який стрімко змінюється. Так, процеси технологізації, інформатизації та глобалізації впевненими штрихами "створюють" нову конфігурацію філософії – постнекласичну. У вітчизняному гуманітарному просторі виникають нові проекти, як-от "Club of Creative Philosophy", "Plato's Cave", "Art of Mind", "Gowo.guru", "Otium Academy", "Cafe philosophique Lviv", "Магелановий човен" та інші [8], актуалізуючи проблему "академічність – публічність" у сучасному філософському дискурсі. Як справедливо зазначив М. Гайдегер (нім. M. Heidegger): "Якщо філософія взагалі і в принципі не наука, до чого вона тоді, на що вона тоді має право в колі

університетських наук? Чи не виглядає тоді філософія просто проповіддю деякого світогляду? ... Чи не постає тоді справа з філософією, ніби на якомусь великому ярмарку?" [13: 24]. Ці питання є актуальними для сучасного стану філософії, що опинилася в ситуації "роздоріжжя", яка зумовлена кризою гуманітарних наук.

Ступінь наукової розробленості. Проблема кризи гуманітарних наук займає чільне місце на сторінках часописів, про що свідчать публікації В. Андрущенко, Л. Бевзенко, О. Гомілко, Л. Горбунової, С. Клепка, М. Култаєвої та ін. Як зазначає Л. Горбунова: "Старі концепції вже не спроможні пояснити сучасні антропологічні та гуманітарні процеси" [11: 99]. У ситуації "плинної сучасності" (З. Бауман) філософія набуває різних форм, як-от: філософія

спорту, філософія бізнесу тощо, відзначаючись множинністю парадигм, які спростовують доречність і можливість монологічного тлумачення соціокультурних процесів сьогодення. Постає питання уточнення "оптики" аналізу подальшого вектору розвитку філософії, що безпосередньо пов'язано з проблемою співвідношення зрізів "академічне – публічне" у сучасному філософському дискурсі.

Метою статті є аналіз конфігурації поширення філософського знання в суспільстві у координатах "академічність – публічність" при сучасних соціокультурних змінах. У зв'язку з поставленою метою, доцільним є використання таких понять як маркерів цього процесу: "мас-медіа", "медіареальність", "глобалізація", "єдиний товарний світ", "популярна філософія".

Виклад основного матеріалу. Проблема аналізу співвідношення зрізів "академічність – публічність" в існуванні сучасної філософії артикульована у працях дослідників. У цьому контексті цікавим є визначення "фігур філософів", які на думку Б. Маркова, презентують нинішній стан академічності та публічності у філософії: "Академічний філософ все ще носить білий одяг, що свідчить про його особливий статус і нелегкі обов'язки думати за інших, розкривати їм очі на абсолютні істини. Тому закономірною реакцією є інша недбало одягнена фігура з неголеною пикою, що вибирає ліву сторону дискурсу (міркування), яка критикує з однаковим завзяттям як домагання "мандаринів" від філософії, так і думки профанів про пріоритет простих життєвих цінностей і правил добра, закликає до ексцесів і протестів проти будь-яких форм примусу" [5: 17]. Зауважимо, якщо академічність "пропонує" інституалізацію філософії, її нормативність та розробку в наукових інститутах, на університетських кафедрах, у площині кандидатських і докторських дисертаціях, журналах під егідою інститутів філософії, то публічний

вимір філософії, як свідчить аналіз літератури, набуває різних проявів.

Аналіз зміни конфігурації "академічність–публічність" у вітчизняному філософському дискурсі займає чільне місце. Так, у листопаді 2018 року відбувся круглий стіл журналу "Філософська думка" на тему: "Публічна філософія: освітні та соціальні можливості", де брали участь як провідні фахівці (А. Єрмоленко, С. Пролеєв, О. Хома, І. Ясна та інші), так і представники медійної спільноти (Л. Івшина, головний редактор газети "День"; О. Комаров, "Club of Creative Philosophy"; К. Зборовська, "Plato's Cave" та "Art of Mind" та ін.). Під час зустрічі були сформульовані питання, які виразно, на наш погляд, окреслюють основні вектори дослідження у площині "академічність – публічність": "(1) Що таке філософський ренесанс? (2) Які конкретні чинники посприяли розвиткові публічної філософії у нефаховому середовищі поза університетом? (3) Які пріоритети має спільнота для розбудови плідної співпраці між громадською ініціативою і академічними колами?" [8: 7]. Ці питання, з одного боку, зосереджують увагу на проектах, що відзначаються прикладним характером, де особливого значення набувають мас-медіа (медійне середовище), з іншого боку, зосереджують увагу на тих недоліках, що на жаль, мають місце в академічному науковому просторі (відсутність достатніх коштів для участі в міжнародних конференціях, стажуваннях, виданнях монографій, публікацій статей тощо).

Історія розвитку філософії демонструє різні способи презентації останньої в координатах "академічність–публічність". Роздуми Сократа, філософські школи Платона та Аристотеля, університети за доби Середньовіччя (Болонський, Паризький, Оксфордський, Кембриджський) створили образи класичної/академічної/публічної

філософії. Інтенсивне розширення публічного простору філософії пов'язано з «Революцією Гутенберга» та становленням "Галактики Гутенберга" [4]. Перші друковані видання, – це та платформа, завдяки якій розпочався інтенсивний процес трансформації співвідношення "академічність – публічність" у філософії. На розширення вітчизняного філософського поля, безперечно, вплинула й філософська публіцистика, що починає займати чільне місце серед загальнонаукових, суспільно-політичних, літературно-публіцистичних часописів ХІХ – початку ХХ століть [6]. Зауважимо, публічність – один із модусів презентації вітчизняної філософії, що існувала навіть при найжорстокішій цензурі в умовах тоталітарного суспільства. Так, з ім'ям С. Семковського дослідники пов'язують початок викладання філософії в Харківському державному університеті в 30-х роках ХХ ст. Навіть найбільші зали міст не в змозі були задовольнити бажаючих слухати його публічні відкриті лекції. Відомий у світі мовознавець Ю. Шевельов у своїх спогадах змалював яскравий публічний захист його дисертації, де були присутні не лише члени ради, а й досить широке коло інтелігенції [1]. Нагадаємо, що у ті часи, публічність філософії ототожнювалася з її вивченням у гуртках політосвіти, але це була не стільки публічність, скільки декларативність і примусовість; ідеться про квазіпублічність.

На межі ХХ і ХХІ століть відбувся медійний поворот ("Medial turn") [15; 16], який постав викликом для звичних форм презентації здобутків філософії. Нові технології надання інформації та швидкість її трансляції створили, так би мовити, матрицю, що визначається тотальністю, повторюваністю, всеосяжністю і пов'язана з виробництвом і споживанням медіапродукту. Зокрема привертає увагу "Декларація незалежності кіберпростору/A Declaration of the

Independence of Cyberspace" (1996) Д Барлоу (англ. J. Barlow) як приклад наукоподібної риторики, яка швидко поширюючись Інтернетом, набирає популярності.

У працях М. Маклуена (поняття "Галактика Гутенберга", "глобальне село", "місто як навчальна аудиторія"), Д. Рашкоффа (ідея "медіавірусу"), Ж. Бодрійяра (поняття "симулякр", "гіперреальність"), П. Вірлія (ідея "телебачення як музей катастроф"), В. Савчука (поняття "медіафілософія") та інших дослідників вивчається вплив мас-медіа на сучасне суспільство. Наголошується, що сучасні медіа не лише "вбудуються" у різні сфери суспільного життя, вони виступають "новою хвилею" інтерпретації: світ починає виглядати так, як його подають мас-медіа. Виникає медіареальність, де співвідношення "академічність – публічність" набуває нової конфігурації. Відбувається трансформація наукових та філософських повідомлень, у результаті чого вони починають існувати згідно вимог журналістики і ринку, як своєрідні шоу і театральні вистави. У цьому контексті варто звернутися до розмислів французького соціолога Л. Пенто (фр. L. Pinto) й американського філософа Р. Рорти (англ. R. Rorty), котрі наприкінці ХХ століття розглядали вищезазначені зміни, окресливши майбутнє філософії крізь призму взаємодії "академічне/публічне". Так, Пенто академічність/публічність досліджує у просторі так званої філософської журналістики, торкаючись широкого кола питань буття філософії та її призначення в сучасному суспільстві, форм авторства, інститутів та ін. Як зазначає мислитель: "Мас-медіа вторглися навіть у таку езотеричну сферу як філософське виробництво, присвоївши собі особливу форму компетентності... Це вторгнення аж ніяк не обмежується прикордонною смугою філософського виробництва" [9]. Ця ситуація супроводжується "спрощенням" філософії, усуненням фігури

"академічного" філософа, унаслідок чого взаємодія "академічність – публічність" втрачає чітку конфігурацію. На думку дослідника, створюється новий образ "медіативного" філософа (філософа-журналіста), відмінними рисами котрого є, по-перше, використання, так би мовити, емоційного репертуару, необхідного для того, щоб підтримувати зі своїми необізнаними читачами складні відносини – "одночасної спокуси й шантажу". По-друге, відтепер своє основне призначення філософ вбачає у тому, щоб "вийти на вулицю", "підкоритися" думці широкої публіки. Відбувається не лише процес популяризації філософії, виникає феномен поп-філософії. По-третє, філософи-журналісти або медіативні філософи сприяють тому, що створюється призначений публіці "псевдоімідж філософії і філософа", який слугує примиренню двох імперативів: імперативу доступності та імперативу автентичності. Пенто резюмує: "Філософія, ставши завдяки мас-медіа дійсно "популярною", потрапила в двозначне становище. <...> Парадоксальним чином, медіативний успіх зміцнює академізм ... адже для того, щоб відсторонено говорити про сучасність, бажано залучати перевірені і широко визнані ресурси цієї шкільної дисципліни" [9]. Таким чином, відбувається часткова втрата філософією власної ідентичності в умовах "зміни інтелектуальної гри"; відтепер еkleктичність постає основною рисою філософії. Із цими висновками резонують роздуми відомого дослідника в галузі реформування вищої освіти польського професора М. Квієка (пол. M. Kwiek), котрий зауважив, що "академічна філософія зовсім не так глибоко, як ми це собі сьогодні уявляємо, укорінена в структурі знання, яке здобувають і передають інституційно" [2]. Ця ситуація пов'язана з поступовим переходом до пізньої модерності, зі зміною звичних культурних проектів, з якими, на його

думку, філософія так і не змогла "розпрощатися". Квієк висуває тезу, що на наш погляд, окреслює нову матрицю співіснування модусів академічності й публічності в теперішніх умовах: "Інше суспільство – інша філософія – інший університет".

Р. Рорті у контексті аналізу "академічність – публічність" звертається до розмислів західних інтелектуалів, які пройшли шлях "від релігії через філософію до літератури" [10]. На нашу думку, його ідеї щодо подальшої долі філософії набувають особливого значення у просторі медіаповороту. Мислитель зауважує: "Із часів Гегеля інтелектуали все більше і більше втрачали віру в філософію, віру в те, що спокутування може прийти у вигляді справжніх вірувань (true beliefs). Інтелектуали перестали вірити, що є якийсь єдиний та лише один контекст, в якому людське життя може бути подане в правдивому світлі – таким, яке воно є по істині. У літературній культурі, яка поступово формувалася протягом останніх двохсот років, питання "Чи істинне це?" поступилося своїм почесним місцем питанню "Що нового?" [10: 32]. Зазначаючи зсув в інтелектуальному житті Заходу, філософ наголошує на своєрідній маргіналізації релігії й філософії. Останні не лише відходять "у тінь" літературної культури й розуміються як "жанри літератури". Як зауважує Рорті, "спокутувальні книги" користуються більшими почесностями, аніж "спокутувальна" істина. Тому "літературний інтелектуал" найчастіше зверхньо "оглядає" і релігію, і філософію як жанри, що вже, на його думку, не відповідають на виклики сучасності. Проте сходження "релігія – філософія – література", і на цьому наполягає мислитель, є "просуванням (progress)", завдяки якому людина отримувала сенсоутворюючі орієнтири; тому і сучасний етап (літературна культура) – це новий етап пошуку "проекту спокути" [10: 32–35]. Водночас відбувається певне "виправдання" нової

культури: "Літературна культура може бути настільки ж вірним союзником демократичної політики, яким колись була філософська культура. Літературну культуру не треба вважати тріумфом Контр-просвіти. Вона – продовження Просвіти іншими, кращими методами" [10: 40].

Варто підкреслити, що в сучасному філософському дискурсі змінюється ставлення до концепту "Просвітництво". У 2017 році в рамках круглого столу журналу "Філософська думка" франко-українська філософська спільнота обговорювала тему "Просвітництво: історія, культура, ідентичність", спільну думку якої висловив професор політичних наук правничого факультету Сорбонни (Париж), один із наукових керівників проекту "Європейський словник філософій" П. Рено (фр. P. Raynaud): "Необхідно вписати добу Просвітництва в подальшу європейську історію й політику, визначаючи зв'язки між політичним лібералізмом і необхідністю існування інституцій. Це стосується також моральних та громадських умов існування свободи" [7: 9]. Додамо, С. Пінкер (англ. S. Pinker), професор Гарвардського університету, котрий кілька років входив у рейтинг топ-100 світових мислителів за версією журналу Foreign Police, у своєму дослідженні "Просвітництво сьогодні. Аргументи на користь розуму, науки та прогресу", звертаючись до величезного масиву статистичних даних, які подекуди сягають XVII століття, переконує, що саме розум, наука та гуманізм створили ту платформу, завдяки якій людство перебуває "у найкращому періоді світової історії" [17]. Ця праця є яскравим прикладом популяризації науки, на чому наголошує і сам професор, що резонує з роздумами Р. Рорті. Ідеться про створення публічного дискурсу з нагальних проблем людства. Сучасність демонструє нові публічні форми презентації філософії поза академічними

інститутами: філософські кафе, бібліотеки, бізнес-школи, клуби, тренінги, телепрограми тощо. Останні втілюють нову конфігурацію діалогу суспільства й філософської спільноти. На думку І. Ясни, відбувається публічний поворот ("Public turn") у філософії, чинниками якого є, по-перше, розширення предметного поля філософії; по-друге, зміна методів філософського пізнання; по-третє, різноманітність дисциплінарних і жанрових меж філософії (насамперед, зближення з літературою), по-четверте, криза університетської освіти; по-п'яте, суспільна потреба суспільства в філософії [14]. Зауважимо, публічний поворот віддзеркалює наслідки "шкільного відтворення філософської культури" (А. Пенто), але водночас є своєрідною запорукою подолання "академічного гето" (С. Пролєєв). У цьому контексті варто звернутися до проблеми "спрощення" філософії, що артикулюється питанням: "академічна філософія versus популярна філософія", і є відповіддю на тиск процесів глобалізації.

Так, у сучасному дискурсі все частіше використовуються поняття "поп-культура", "поп-філософія", "белетристика", що усувають зловживання неясними і малозрозумілими мовними зворотами, монотонність та "сухість". Так, у західній культурі набуває поширення особливий літературний жанр нон-фікшн (англ. Non-fiction – наукова література). Цей жанр постає "новою журналістикою", що резонує із вже звичними журналістськими розслідуванням у медіапросторі. Ідеться про практичний характер літератури: остання все більше віддаляється від "уявного" й зосереджує увагу на фактах. З одного боку, відбувається популяризації наукової літератури, з іншого боку – популяризація сучасної науки. Усе частіше сучасний читач зустрічається з журналістськими розслідуваннями на сторінках світових бестселерів, де

йдеться про проблеми майбутнього існування людства. Яскравим прикладом є книга "Змінюється все. Капіталізм проти клімату" канадської журналістки Н. Кляйн (англ. N. Klein) [3]. Як вказують видавці, ця книга "увійшла до сотні найважливіших книг 2014 року за версією The New York Times", є "переможцем премії Hilary Weston Writer's Trust у жанрі нон-фікшн", цього ж року книга "Змінюється все" була екранізована. Відбувається поєднання, якщо застосовувати терміни М. Маклуена (англ. M. McLuhan), "старої media" (книги, філософії) й "нової media" (телебачення, теле-шоу). Відтак, тепер сучасні медіа не лише "вбудуються" у різні сфери суспільного життя, вони виступають "новою хвилею", що надає нові можливості співвідношенню "академічність – публічність" у просторі існування філософії як соціально-культурного явища, галузі наукового знання. Як справедливо зауважує А. Єрмоленко, саме філософи у цих нових реаліях є "хранителями раціональності" й повинні відповідати як за посилення дискурсу між фахівцями усіх напрямів, так і за збереження істинності вихідних концептів [8: 19].

Осмислення значення філософії в умовах сучасності, на нашу думку, може слугувати "своєрідним протектором бездуховності" (В. Андрущенко). Сучасний світ – це світ глобальний світ, де відбувається трансформація сенсожиттєвих засад людського існування. Так, французький письменник М. Уельбек (фр. M. Houellebecq) у творі "Світ як супермаркет" [12] наголошує, що сучасній людини відкриті безмежні можливості, проте вона прагне до постійного оновлення "асортименту". У цьому контексті світ постає єдиним "товарним світом", що вимагає зміни презентації/самопрезентації філософії. Дійсно, попит на наукову продукцію, у тому числі й на філософську, сьогодні переважно визначається ринком. Як

наслідок, найбільш бажаними/популярними стають вже не глибокі знання і творча потенція вченого, оригінальні ідеї і потужність задуму дослідницького проекту, скільки презентація "товару", "магічні" слова й аргументи. У цьому контексті головним постає популяризація ідей, серед яких визначальними повинні бути роздуми як щодо збереження життя взагалі, так і збереження життєтворчості власне людини.

Таким чином, взаємодія "академічність – публічність" не лише фіксує зміну конфігурації поширення здобутків філософії у суспільстві, але окреслює перспективи розвитку філософії в умовах глобалізації та інформатизації сучасності.

Висновки та перспективи дослідження. Питання співвідношення академічності і публічності в поширенні філософського знання набуло особливої актуальності на межі двадцятого та двадцять першого століть. Ця ситуація зумовлена тими викликами сучасності, що не були притаманні попереднім епохам в символічному виробництві та обміні суспільства. Зараз філософія перестає бути чимось віддаленим і малозрозумілим для широкого загалу, філософська спільнота прагне заявляти про себе як активного учасника аналізу усіх сучасних колізій повсякденного існування соціуму. Ідеться про так звану відкритість філософії та її прагнення до активного діалогу з різними верствами суспільства, намагання вітчизняної філософії дієво заявити про себе серед колег з інших країн. Особливий вплив на зміну співвідношення "академічне/публічне" у поширенні здобутків філософії здійснив медіаповорот, під впливом якого відбувається трансформація соціального значення філософського знання й наукової репутації філософської спільноти. У зв'язку із цим постає питання про взаємодію мас-медіа й філософської спільноти, запобігання "баналізації" філософії (С. Пролєєв), так і

стримування можливого послаблення внутрішньо корпоративного контролю за якістю її напрацювань (Л. Пенто). Тобто, ідеться про новий рівень діалогу суспільства й філософів у сучасному глобалізованому світі для вирішення нагальних проблем людства.

Подальший аналіз цих змін дозволить не лише простежити подальший шлях трансформації філософії, але й надасть можливість виробити найбільш сприятливі механізми взаємодії філософської спільноти та соціуму. Ідеться не тільки про вихід філософії у простір публічності, про "філософську активність" (І. Ясна), але й про відповідальне ставлення філософської спільноти, як професійної групи, до суспільства, що є запорукою швидкого "реагування" філософії/філософської спільноти на нагальні проблеми та кризові ситуації суспільства в умовах глобалізації та зростаючої інформатизації сучасного життя людей.

ЛІТЕРАТУРА

1. Дениско Л. Н., Фролова О. В. Кафедра філософії Харківського університета в період 1933–1941 років / Л. Н. Дениско, О. В. Фролова // Філософія спілкування : Філософія. Психологія. Соціальна комунікація. – 2011. № 4. С. 199–207.

2. Квек М. Місце філософії в університеті. Минуле, теперішнє, майбутнє [Електронний ресурс] / М. Квек. Режим доступу:

https://repozytorium.amu.edu.pl/bitstream/10593/12969/1/Kwiek_Ukrainian_Philosophy_University.pdf.

3. Кляйн Н. Змінюється все. Капіталізм проти клімату / Наомі Кляйн ; пер. з англ. Дмитра Кожедуба. К. : Наш Формат, 2016. 480 с.

4. Маклюэн М. Галактика Гутенберга: Сотворение человека печатной культуры / Маршалл Маклюэн ; пер. с англ. А. Юдина. К. : Ника-центр, 2004. 432 с.

5. Марков Б. В. Философия. Стандарт третьего поколения / Б. В. Марков. СПб.: Питер, 2013. 432 с.

6. Михайлин І. Л. Історія української журналістики ХІХ століття / І. Л. Михайлін. К. : Центр навчальної літератури, 2003. 720 с.

7. Просвітництво: історія, культура, ідентичність. Круглий стіл "Філософської думки" // Філософська думка. 2017. № 4. С. 6–46.

8. Публічна філософія: освітні та соціальні можливості. Круглий стіл "Філософської думки" // Філософська думка. 2019. № 1. С. 3–39.

9. Пэнтó Л. Философская журналистика [Электронный ресурс] / Л. Пэнтó // Социологос постмодернизма. М.: Институт экспериментальной социологии, 1996. С. 30–56. Режим доступа: <http://sociologos.net/textes/pinto/pinto1.htm>

10. Рорти Р. От религии через философию к литературе: путь западных интеллектуалов / Ричард Рорти ; [пер. с англ. С. Д. Серебряный] // Вопросы философии. 2003. № 3. С. 30–41.

11. Трансгуманітарність як чинник розвитку сучасної науки і освіти : "методологічний семінар" // Філософія освіти. 2011. № 1–2. С. 97–141.

12. Уэльбек М. Мир как супермаркет [Электронный ресурс] / Мишель Уэльбек. Мир как супермаркет. Режим доступа:http://www2.e-reading.club/bookreader.php/59211/Uel'bek_-_Mir_kak_supermarket.html.

13. Хайдеггер М. Основные понятия метафизики. Мир – конечность – одиночество / Мартин Хайдеггер; перевод: В. В. Бибахин, А. В. Ахутин, А. П. Шурбелев. Санкт-Петербург: Владимир Даль, 2013. 592 с.

14. Ясна І. Public turn: філософія в публічному просторі / Іллі Ясна // Філософська думка. 2017. № 1. С. 28–41.

15. Emeri M., Emeri E. The Press and America: An Interpretive History of the Mass Media / Michael C. Emeri, Edwin Emeri. New Jersey: Prentice Hall, 1992. 715 p.

16. Pavlik J. New Media Technology: Cultural and Commercial Perspectives / John Vernon Pavlik. Boston: Allyn and Bacon, 1996. 434 p.

17. Pinker S. Enlightenment Now: The Case for Reason, Science, Humanism, and Progress / Steven Pinker. – New York : Viking, 2018. – 576 p.

REFERENCES (TRANSLAND & TRANSLITERATED)

1. Denysko, L. N., Frolova, O. V. (2011). Kafedra fylosofyy Khar'kovskoho

unyversyteta v peryod 1933–1941 hodov [Department of Philosophy of Kharkov University in the period 1933–1941]. *Filosofiya spilkuvannya : Filosofiya. Psykholohiya. Sotsial'na komunikatsiya – Philosophy of communication: Philosophy. Psychology. Social communication. 4: 199–207* (in Russian).

2. Kvek, M. (2002). *Mistse filosofiyi v universyteti. Mynule, teperishnye, maybutnye [The place of philosophy at the university. Past, present, future]*. Retrieved from https://repozytorium.amu.edu.pl/bitstream/10593/12969/1/Kwiek_Ukrainian_Philosophy_University.pdf. (in Ukrainian).

3. Klyayn, N. (2016). *Zmynuyet'sya vse. Kapitalizm proty klimatu [Everything changes. Climate capitalism]*. Kyiv: Nash Format (in Ukrainian).

4. Maklyuen, M. (2004). *Galaktika Gutenberga: Sotvoreniye cheloveka pechatnoy kul'tury [The Gutenberg Galaxy: The Creation of Human Print Culture]*. Kyiv : Nika-tsentr (in Russian).

5. Markov, B. (2003). *Filosofiya. Standart tret'yego pokoleniya [Philosophy. Third generation standard]*. Sankt-Peterburg: Piter (in Russian).

6. Mykhaylyn, I. (2003). *Istoriya ukrayins'koyi zhurnalistyky XIX stolittya [The history of Ukrainian journalism of the XIX century]*. Kyiv: Tsentr navchal'noyi literatury (in Ukrainian).

7. Prosvitnytstvo: istoriya, kul'tura, identychnist'. Kruhlyy stil "Filosofs'koyi dumky" [Enlightenment: history, culture, identity. "Philosophical Thought" Round Table] (2017). *Filosofs'ka dumka Philosophical Thought*. 4: 6–46 (in Ukrainian).

8. Publichna filosofiya: osvichni ta sotsial'ni mozhlyvosti. Kruhlyy stil "Filosofs'koyi dumky" [Public Philosophy: Educational and Social Opportunities. "Philosophical Thought" Round Table] (2019). *Filosofs'ka dumka Philosophical Thought. 1: 3–39* (in Ukrainian).

9. Pento, L. (1996). *Filosofskaya zhurnalistika [Philosophical journalism]. Sotsio-Logos postmodernizma – The Socio-Logos of postmodernism*. Moscow: Institut

eksperimental'noy sotsiologii, (pp. 30–56). Retrieved from <http://sociologos.net/textes/pinto/pinto1.htm> (in Russian).

10. Rorti, R. (2003). *Ot religii cherez filosofiyu k literature: put' zapadnykh intellektualov [From religion through philosophy to literature: the path of Western intellectuals]*. *Voprosy filosofii – Questions of Philosophy. 3: 30–41* (in Russian).

11. Transhumanitarnist' yak chynnyk rozvytku suchasnoyi nauky i osvity : "metodolohichnyy seminar" [Transhumanities as a Factor in the Development of Modern Science and Education: A "Methodological Seminar"] (2011). *Filosofiya osvity – Philosophy of Education. 1–2: 97–141* (in Ukrainian).

12. Uel'bek, M. *Mir kak supermarket*. Retrieved from http://www.ereading.org.ua/bookreader.php/59211/Uel'bek_-_Mir_kak_supermarket.html (in Russian).

13. Khaydegger, M. (2013). *Osnovnyye ponyatiya metafiziki. Mir – konechnost' – odinochestvo [Basic concepts of metaphysics. Peace – finitude – loneliness]*. Sankt-Peterburg: Vladimir Dal' (in Russian).

14. Yasna, I. (2017) *Public turn: filosofiya v publichnomu prostori [Public turn: philosophy in public space]*. *Filosofs'ka dumka Philosophical Thought. 1: 28–41* (in Ukrainian).

15. Emeri, Michael C., Emeri, Edwin. (1992). *The Press and America: An Interpretive History of the Mass Media*. New Jersey: Prentice Hall (in English).

16. Pavlik, John V. (1996). *New Media Technology: Cultural and Commercial Perspectives*. Boston: Allyn and Bacon (in English).

17. Pinker, Steven. (2018). *Enlightenment Now: The Case for Reason, Science, Humanism, and Progress*. New York: Viking (in English).

Receive: November 20, 2019,
Accepted: December 24, 2019