

9. Lektorskiy V. A. Vozmozhna li integratsiya estestvennykh nauk i nauk o cheloveke? [Tekst] / V. A. Lektorskiy // Voprosy filosofii. – 2004. – №3.

10. Lubskey A. V. Alternativnye modeli istoricheskogo issledovaniya [Tekst] / A. V. Lubskey. – M., 2005. – 339 s.

11. Mogilnitskiy B. G. Istoriya istoricheskoy mysli XX v. Vyipusk II. Stanovlenie «novoy istoricheskoy nauki» [Tekst] / B. G. Mogilnitskiy. – Tomsk, 2003. – 178 s.

12. Rozov M. A. O sootnoshenii estestvennonauchnogo i gumanitarnogo poznaniya. Problema metodologicheskogo izomorfizma [Tekst] / M. A. Rozov // Nauka glazami gumanitariya. – M., 2005. – S.23–58.

13. Ruzankina E. A. Neklassicheskiy ideal nauchnosti v istoricheskoy nauke [Tekst] / E. A. Ruzankina. Avtoref. diss... k.f.n. – Novosibirsk, 2005. – 16 s.

14. Saveleva I. M. Istoriya kak teoreticheskoe znanie [Tekst] / I. M. Saveleva, A. V. Poletaev // Dialog so vremenem. Almanah intellektualnoy istorii. – M., 2000. – Vyip.3. – S.15–33.

15. Saveleva I. M. Teoriya istoricheskogo znaniya [Tekst] / I. M. Saveleva, A. V. Poletaev. – SPb., 2007. – 512 s.

16. Stepin V. S. Klassika, neklassika, postneklassika: kriterii razlicheniya [Tekst] / V. S. Stepin // Postneklassika: filosofiya, nauka, kultura. – SPb., 2009. – S.249–295.

17. Topolskiy E. Yak mi pishemo i rozumiemo Istoriyu. Taemitsi istorichnoy narratsiyi [Tekst] / E. Topolskiy. – K., 2012.

18. Uayt H. Metaistoriya. Istoriicheskoe vobrazhenie v Evrope XIX st. [Tekst] / H. Uayt. – Ekaterinburg, 2002. – 528 s.

19. Kosellek R. Wozu noch Historie? [Text] / R. Kosellek // Historische Zeitschrift. – 1971. – Bd. 212. H. 1. S.8.

20. McCloskey D. N. History, Differential Equation, and the Problem of Narration [Text] / D. N. McCloskey // History and Theory. – 1991. – P.21–36.

21. Prigogine I., Stengers I. La Nouvelle Alliance [Text] / I. Prigogine, I. Stengers. – Gallimard, Paris, 1979.

22. Reisch G. Scientism Without Tears: A Reply to the Roth and Ryckman [Text] / G. Reisch // History and Theory. – 1995. – №1. – P.45–58.

23. Shermer M. Exorcising Laplace's Demon: Chaos and Antichaos [Text] / M. Shermer // History and Theory. – 1995. – №1. – P.68–77.

Hnylytska I. S., assistant lectures of the Department Philosophy of Kharkov National University of Radio Electronics (Ukraine, Kharkov), inessakost@gmail.com

To the issue of the epistemological status of the history

The transformation problems of the epistemological status of history is considered in this paper. The author comes to conclusion that the history of institutionalized influenced by the following intellectual tendencies: believe in the possibility of science, secularization, the growth of irrationalism. These trends contributed to a perception of the object of research by historians as the social reality of the past. This reality includes not only public relations system, material and spiritual culture, but also mental and behavioral aspects of the existence of the individual, that is not strictly scientific. This contradiction led to lengthy discussions about the epistemological status of history. The transformation of the criteria of science from classical to non-classical and post-non-classical models, has not only not removed this contradiction, but radicalized it substantially. However, the uncertain status allows epistemological history today perform a number of important public functions.

Keywords: epistemological status of history, Scientific Rationality, historical science.

Гнилицька І. С., асистент кафедри філософії, Харківський національний університет радіоелектроніки (Україна, Харків), inessakost@gmail.com

До питання про епістемологічний статус історії

Розглянуто трансформацію проблеми епістемологічного статусу історії. Автор наголошує, що інституалізація історії відбувалась під впливом наступних інтелектуальних тенденцій: віри в можливості науки, секуляризації суспільного життя, а також зростання ірраціоналізму. Ці тенденції сприяли формуванню уявлення про об'єкт дослідження історика як соціальної реальності минулого, до якої відноситься не тільки система суспільних зв'язків, матеріальної та духовної культури, але й мисленеві й поведінкові аспекти існування окремих людей, що не є в строгому сенсі науковим. Це протиріччя зумовило догвортивали дискусії щодо епістемологічного статусу історії. Трансформація критеріїв наукового знання від класичного до неklasичного і постнеklasичного зразків не тільки не зняла це протиріччя, але й істотно радикалізувала його. Але невизначений статус дозволяє історії виконувати сьогодні ряд важливих функцій.

Ключові слова: епістемологічний статус історії, наукова раціональність, історична наука.

* * *

УДК 1+316.774+159.955

Нарядько Г. Я., кандидат философских наук, доцент кафедры философии, социологии и менеджмента социокультурной деятельности, ГУ «Южноукраинский национальный педагогический университет имени К. Д. Ушинского» (Украина, Одесса), marlinna@yandex.ru

Карпетров В. В., студент физико–математического факультета, ГУ «Южноукраинский национальный педагогический университет имени К. Д. Ушинского» (Украина, Одесса), marlinna@yandex.ru

РОЛЬ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ В РАЗВИТИИ ЭЛЕМЕНТОВ ПАНОРАМНОГО МЫШЛЕНИЯ

Рассматривается понятие «панорамное мышление» и исследуется влияние СМИ на его развитие. Актуальность исследования обусловлена необходимостью социально–философского осмысления влияния средств массовой информации в развитии элементов панорамного мышления в обществе. Развитие панорамного мышления – это необходимая реакция личности на возрастание сложности современного мира. Панорамное мышление – это способ мышления, в процесс которого происходит преодоление эволюционной отягощенности человеческого менталитета – узости поля сознания. Панорамное мышление может считаться термином, которое включает в себя мышление других типов в массе людям не свойственное – такое как системное, латеральное, нестандартное, объемное, прорывное, масштабное, полного спектра, параллельное, более чем однотрековое. Приведены признаки и схема панорамного мышления. Указаны этапы воздействия СМИ на общество. Описаны два подхода к проблеме влияния СМИ на мышление. Приведены положительные и отрицательные стороны панорамного мышления в настоящее время. Выявлена одна из главных задач СМИ – информирование при развитии панорамного мышления должно быть направлено на создание логично сознательного, а не эмоционального отношения к тому, что происходит.

Ключевые слова: панорамное мышление, СМИ, узкое мышление, общество, личность.

(стаття друкується мовою оригіналу)

Актуальность темы исследования обусловлена необходимостью социально–философского осмысления влияния средств массовой информации на развитие элементов панорамного мышления в обществе. Развитие панорамного мышления – это необходимая реакция личности на возрастание сложности современного мира.

Комплексным исследованием феномена медиа (в историческом, культурологическом, философском, социологическом, искусствоведческом, педагогических аспектах) занимались ведущие ученые XX века: А. Базен, Р. Барт, Д. Белл, В. Беньямин, М. Маклюэн [5], Ч. Пирс, Д. Соссюр, Л. Мастерман, Ю. Кристева, К. Леви–Стросс, М. Бахтин, Ю. Тынянов, Л. Выготский, Ю. Лотман, В. Библиер и др. Эстафету исследований продолжили ученые XXI века: А. Якимович, А. Федоров, Г. Мельник [6], Н. Кириллова, В. Савчук, А. Мацяк, А. Баршполец, Л. Найденова, Г. Мироненко, А. Голубева, В. Резун и др.

В исследованиях Н. Н. Богомолова, Г. В. Грачева, Ю. М. Ермакова, И. А. Ильина, А. П. Назаретяна, Л. К. Мальника, Ю. Я. Шерковина СМИ рассматриваются как формы социально–информационного бытия политической культуры в процессе создания «индустрии производства информации» и становления информационной цивилизации.

В работах Р. Ф. Абдеева, Р. Г. Апресяна, Е. Ч. Андруласа, А. М. Гусейнова, А. В. Лукьянова, Г. А. Тульчинского, В. А. Энтина анализируются процессы общества и СМИ как условных форм коммуникативной деятельности.

Еще одна группа источников социально–философского и социально–психологического характера, затрагивающая

проблемы массовых информационных процессов, всестороннего и глубокого воздействия СМИ на сознание людей, – это работы Б. А. Грушина, Ю. П. Буданцева, В. В. Ворошилова, И. Дзялошинского [2], Л. Г. Кайда, С. Г. Корконосенко, В. И. Кузина, Г. М. Мануйлова, Е. И. Пронина, Е. П. Прохорова, С. К. Рощина, М. И. Скуленко, П. Таранова, А. А. Тертычный, А. К. Укледова, А. Н. Шустова.

Целью работы является осмысление роли средств массовой информации в развитие элементов панорамного мышления.

Понятие панорамного мышления и дефицита панорамного мышления были введены В. Н. Третьяковым в 1995 г. В статье «Криминальный диагноз: узкоумие» [10]. В этом же году они были развиты в заявке на исследовательский грант, который был направлен в белорусское отделение USA|IREX/

Ранее панорамное мышление вспоминалось, но не определялось в книге Дэвиса Кларка «Страна Руперта: гобелен культуры» (1946) и книге Карла Хэйза «Организация работы в менеджменте» (1960).

Панорамное мышление использовалось в юриспруденции, в картографировании и визуализации когнитивных процессов.

Панорамное мышление противопоставляется туннельному мышлению.

Существует единство или аналогия двух представлений о том, что возвышается над сущим, что трансцендентно по отношению к сущему, т.е. к Бытию, по Хайдеггеру, и к Логосу – аналогу Бытия, представленному в сфере математики числовыми и геометрическими объектами. Способ мышления, который приводит к Бытию, Хайдеггер называет бытийным мышлением. А Л. Г. Антипенко именует соотносимым с ним аналог панорамного мышления, имея в виду, что он включает в себя опыт построения неевклидовой (воображаемой) геометрии Лобачевского и Воображаемой логики Васильева.

Эволюционно особенность менталитета людей – это узость поля сознания (УПС). УПС у пралюдей и еще более древних человеческих предков была преимуществом в выживании из-за коррелятивно связанных с ней высокоскоростных поведенческих реакций. Условия жизни современного человека кардинально изменились и усложнились, выросла в несколько раз средняя продолжительность жизни. Теперь УПС стала недостатком, который В. Н. Третьяков диагностирует как дефицит панорамного мышления [10].

Панорамное мышление – способ мышления, в процессе которого происходит преодоление эволюционной отягощенности человеческого менталитета – узости поля сознания.

Панорамное мышление может считаться термином, который включает мышление других типов в массе людям не свойственное – такое как системное, латеральное, нестандартное, объемное, прорывное, масштабное, полного спектра, параллельное, более чем однотрековое.

Важно отметить: такое мышление имеет разные уровни развития, и потому его можно целенаправленно развивать.

В науке, обучении, производственной, аналитической деятельности, в быту, в поступках человек проявляет способности панорамно мыслить, если он:

- 1) обладает живым умом, креативностью;

- 2) обладает открытостью ума, то есть человек готов воспринимать новое, даже если оно не согласуется с его мировоззрением или даже противостоит;

- 3) в экстремальных ситуациях не теряет самообладания;

- 4) с честью выходит из трудных ситуаций морального выбора.

Основными признаками панорамного мышления являются: продуктивность; критичность; системность, целостность, интегративность, многомерность, многогранность; умение выявлять и разрешать противоречия; диалогичность; разрешение проблемности на надситуативном уровне; наличие системы установок, понимаемых как особая предрасположенность к целостному, полипарадигмальному, поликультурному, междисциплинарному освоению феноменов образования; осмысление фактического соотношения традиционного и нового; диалектичность.

Возвышение человека до глубочайшего раскрытия его сущности сил и творческих потенциалов, до признания его индивидуального гения уникальным и незаменимым является одним из главных моментов панорамного мышления. При этом доброжелательность, гуманизм и альтруизм являются обязательным условием успешности возвышения человека.

Панорамность предполагает максимальную широту представлений, то есть экстенсивное их расширение (вширь) до некоего максимума (или оптимума). Следовательно, панорамное мышление – это разновидность экстенсивного показателя мышления (расширения мышления до целостного восприятия всего наблюдаемого мира). Значит, возможны и интенсивные показатели мышления (углубление мышления до фундаментального понимания явления, т.е. знать немного обо всем и всё о немногом).

Если говорить об оптимальном панорамном мышлении, то необходимо вспомнить полноту охвата панорамной мысли всего материального мира и всего культурного богатства человечества. Чем больше полнота системы знаний, тем труднее способности её непротиворечивость, о чём и свидетельствует теорема Геделя о неполноте формальных систем.

Одним из ведущих источников получения информации в современном мире являются СМИ. В науке существуют два подхода к проблеме возможностей СМИ: медиаориентированный и медиацентристский. Согласно первому подходу, человек рассматривается как активный и критически настроенный потребитель информации; СМИ не могут подчинять себе сознание человека, наоборот, человек приспособляет СМИ к своим потребностям. Человек выбирает из информационного потока те сообщения, которые соответствуют его потребностям, тем самым формируя рынок информации. Так, например, по мнению О. Н. Березкиной, при анализе СМИ как инструмента воздействия на массовое сознание следует помнить, что, в первую очередь, они являются средством коммуникации. Человек не просто механически перерабатывает полученную информацию, он отсеивает ненужную, индивидуально сортирует информацию по степени важности, сам устанавливает очередность восприятия. Массовая аудитория – это, прежде всего, индивиды и личность, а не пассивная масса для потребления духовной продукции. Попытки СМИ навязать кардинальные изменения в стереотипах

часто сталкиваются с активным психологическим сопротивлением, являются результатом селективного отношения человека не только к самой информации, но и к ее источнику. Большинство людей не поддаются манипуляции со стороны СМИ, так как полученные реципиентом сообщения воспринимаются не автоматически, они предусматривают определенные лично–творческие реакции. Под последним подразумевается совокупность взглядов и интересов индивида или некоторые внутренние факторы, которые иногда существенно изменяют результаты скрытого воздействия. Медиаориентированный подход широко распространен как в отечественной, так и в зарубежной литературе.

Согласно медиацентристскому подходу, аудитории СМИ – пассивная масса, склонная к внушению и постороннему управлению. СМИ создают для этой обезличенной массы новую реальность, иллюзорный мир. Представители медиацентристского подхода считают, что СМИ нивелируют индивидуальность человека, лишают его самостоятельности и свободы выбора. Как отмечает Т. Томпсон, один из представителей этого направления, СМИ являются суррогатами, лицемерными, унижающие человеческое достоинство явления, склонны к упрощению, СМИ – массовое производство, что игнорирует индивидуальные вкусы. Они поработают разум и разрушают естественную культуру [7].

Панорамное мышление, владелец которого оперирует смыслами нефиксированной длины и воспринимает семантические структуры произвольной сложности, совершенствует текстовое познание, что приводит к его эволюции. Следствием этого является улучшение качества понимания информации и получения знаний, что, по мнению экспертов, придает социальную свободу, при условии присутствия которой, развиваются творческие способности и сам процесс творения, ведь критическое восприятие информации развивает творческое начало и креативный потенциал человека. Поэтому, прежде всего, эти тенденции отражаются в создании материалов СМИ и их творческой деятельности, которой сейчас не хватает творческих поисков авторов.

В процессе функционирования СМИ осуществляется двусторонняя связь между коммуникатором и реципиентом (тем, кто воспринимает информацию), происходит своеобразное общение – не личное, а с помощью массовых форм связи. Понятно, что деятельность СМИ имеет важные общественно–политические последствия, поскольку характер массовой информации, адресованной аудитории, определяет в значительной степени его отношение к действительности и направление социальных акций.

Обычные люди, по мнению А. Корочинского, все чаще переходят из категории потребителей медийных продуктов в категорию партнеров–поставщиков информации для СМК или самостоятельных коммуникаторов, создают и распространяют собственные медиатексты в беспрецедентно широких масштабах – до глобального. Субъектами массовых коммуникаций в информационном социуме становятся рядовые граждане, освоив возможности самовыражения в блогосфере, социальных сетях, на видеопорталах, форумах. Если раньше в основном народ «безмолвствовал», то сегодня он вполне способен артикулировать с помощью медийных

средств свои настроения, ожидания, инстинкты, планы, осуществлять массовую мобилизацию [4].

По диалогической (интерактивной, субъективно–субъектной) модели коммуникации, которая доминирует в современном мире, взаимоотношения СМИ и аудитории строятся на принципах равноправного диалога и партнерства. В «постжурналистскую эру» аудитория сама становится творцом или соавтором новостей, производя различную информацию – пусть и на аматорском уровне – в общем, не в меньших объемах, чем СМИ, причем нередко оказывается оперативнее их. Однако, конечно, нельзя ставить знак равенства между профессиональными коммуникаторами и коммуникаторами–любителями. Теперь, по утверждению Ф. Вебстера, аудитория креативная, имеет самосознание и рефлексию. Среди интеллектуалов растет интерес к информационной работе. Сейчас журналисты и все, кто работает в креативных отраслях, рассматриваются как проводники в мир информационного общества. Эти люди наиболее подготовлены к тому, чтобы вести за собой будущее. Они – ключевые игроки в информационном обществе, которое вырисовывается как постиндустриализм – новый эволюционный этап развития цивилизации.

Несмотря на пассивность, социальную апатию, лень, чисто потребительские настроения масс, сейчас, благодаря широкому доступу к глобальной сети, а также новейшим цифровым технологиям и устройствам, созданы предпосылки для роста активного сегмента медийной аудитории. Значительно расширились возможности проявления креативных способностей зрительской, слушательской и читательской публики, ее оперативного реагирования на выступления СМИ. «Интерес породил появление активных аудиторий–пользователей, которые не только хорошо разбираются в технике, но и взяли на себя функцию создателей содержания. Такие активные аудитории, выполняя часть творческих и минимум социальных функций журналистов, с легкостью находят своих потребителей в сети Интернет. В XX веке создавать и распространять новости могли практически только журналисты. Сегодня мировые СМИ утратили монопольное положение: в Интернет ринулись миллионы людей, которые публикуют статьи, фотографии, аудиозаписи и видеоролики. Благодаря стремительному развитию технологий практически каждый желающий теперь может публично «самовыражаться», размещая свои материалы в Интернете.

Будущее СМИ А. Калмыков видит в множественном полилоге субъективных информационно–коммуникационных образований: сообществ, информационных агентств и изданий, различных интернет–ресурсов и др. [8].

В результате человечество, как прогнозировал У. Эко, разделится на тех, кто смотрит телевизор, и тех, кто с помощью персонального компьютера самостоятельно добывает и производит информацию. Однако вопрос здесь не только в интеллектуальных способностях, а скорее, в желании выбирать, которое в современном сложнейшем мире, совсем не обязательно должно возникать во всех случаях.

Задачи информирования СМИ при развитии панорамного мышления направлены на создание логически сознательного, а не эмоционального отношения к тому, что происходит. Зритель (читатель) должен стать активным, а не подвластным манипулятивным приемам.

Список использованных источников

1. Брайант Дж. Основы воздействия СМИ / Дж. Брайант, С. Томпсон. – М., 2004. – 432 с.
2. Дзялошинский И. М. Журналистика соучастия. Как сделать СМИ полезными людям / Иосиф Дзялошинский. – М.: Престиж, 2006. – 104 с.
3. Исаева Л. Г. Средства массовой информации как фактор формирования духовной культуры российского общества: автореф. дис. ... канд. филос. наук / Исаева Людмила Георгиевна. – Уфа, 2005. – 19 с.
4. Короченский А. Журналистика после СССР: два десятилетия обретений и утрат / Александр Короченский // Журналистика постсоветских республик: 20 лет спустя: сборник трудов Международной научно-практической конференции. – Белгород: Константа, 2012. – С.8–11.
5. Маклюэн М. Понимание медиа: внешние расширения человека / М. Маклюэн. – М.: Жуковский: Канон-пресс, 2003. – 480 с.
6. Мельник Г. С. Mass-media: психологические процессы эффекты / Г. С. Мельник. – СПб.: изд-во СПб ун-та, 1996. – 160 с.
7. Назаров М. М. Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследований / М. М. Назаров. – М.: УРСС, 2006. – 311 с.
8. Потятиник Б. В. Медиа: ключи до розуміння. Серія: Медіакритика / Б. В. Потятиник – Львів: ПАІС, 2004. – 312 с.
9. Тимохов О. В. Панорамне мислення у соціофілософському вимірі / О. В. Тимохов // Матеріали Всеукраїнської Інтернет-конференції молодих учених та студентів «Актуальні питання соціально-філософської думки». – Одеса: ПНПУ, 2014. – С.16–18.
10. Третьяков В. Н. Криминальный диагноз: узкоумие / В. Н. Третьяков // Столица. – 1995. – 20 янв.

References

1. Brajant Dzh. Osnovy vozdejstvija SMI / Dzh. Brajant, S. Tompson. – M., 2004. – 432 s.
2. Dzialoshinskij I. M. Zhurnalistika souchastija. Kak zdelat' SMI poleznymi ljudjam / Iosif Dzialoshinskij. – M.: Prestizh, 2006. – 104 s.
3. Isaeva L. G. Sredstva massovoj informacii kak faktor formirovanija duhovnoj kul'tury rossijskogo obshhestva: avtoref. dis. ... kand. filos. nauk / Isaeva Ljudmila Georgievna. – Ufa, 2005. – 19 s.
4. Korochenskij A. Zhurnalistika posle SSSR: dva desjatiletija obretenij i utrat / Aleksandr Korochenskij // Zhurnalistika postsovetских республик: 20 let spustja: sbornik trudov Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoj konferencii. – Belgorod: Konstanta, 2012. – S.8–11.
5. Makljujen M. Ponimanie media: vneshnie rasshirenija cheloveka / M. Makljujen. – M.: Zhukovskij: Kanon-press, 2003. – 480 s.
6. Mel'nik G. S. Mass-media: psihologicheskie processy jeffekty / G. S. Mel'nik. – SPb.: izd-vo SPb un-ta, 1996. – 160 s.
7. Nazarov M. M. Massovaja kommunikacija v sovremennom mire: metodologija analiza i praktika issledovanij / M. M. Nazarov. – M.: URSS, 2006. – 311 s.
8. Potjatynik B. V. Media: kljuchi do rozuminnja. Serija: Mediakrytyka / B. V. Potjatynik – L'viv: PAIS, 2004. – 312 s.
9. Tymohov O. V. Panorame myslennja u sociofilosof's'komu vymiri / O. V. Tymohov // Materialy Vseukrai'ns'koi' Internet-konferencii' molodyh uchenyh ta studentiv «Aktual'ni pytannja social'no-filosof's'koi' dumky». – Odesa: PNP, 2014. – S.16–18.
10. Tret'jakov V. N. Kriminal'nyj diagnoz: uzkoumie / V. N. Tret'jakov // Stolica. – 1995. – 20 janv.

Naradko G. Ya., PhD, associate professor of philosophy, sociology and management of socio-cultural activities South Ukrainian National Pedagogical University named after K. D. Ushynsky (Ukraine, Odessa), marlinna@yandex.ru

Karapetrov V. V., a student of physics and mathematics South Ukrainian National Pedagogical University named after K. D. Ushynsky (Ukraine, Odessa), marlinna@yandex.ru

The role of the media in the development of elements of panoramic thinking

In the article a concept view thought is examined and influence of mass medias is investigated on his development. Research actuality is conditioned by the necessity of socially – philosophical comprehension of influence of mass medias for development of elements of the view thought in society. Development of the view thought is a necessary reaction of personality on growth of complication of the modern world. The view thought – it is a method of thought in the process of that takes place the overcoming of evolutionary burden of human mentality, – narrowness of the field of conscience. The view thought can be considered a term, that plugs in itself thought

of other types in bulk to the people not peculiar – such as a system, non – standart, volume, breach, scale, complete spectrum, parallel, more than onetrack. Signs over and chart of the view thought are brought. The stages of influence mass medias are indicated on society. Two approaches are described to the problem of influence of mass medias on thinking. Positive and negative parties of the view thought are brought presently. One of main tasks of mass medias is educed – informing at development of the view thought must be sent to creation logically of conscious, but not emotional attitude toward that takes place.

Keywords: panoramic thinking, media, narrow thinking, society, personality.

Нарядько Г. Я., кандидат філософських наук, доцент кафедри філософії, соціології та менеджменту соціокультурної діяльності, ДЗ «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського» (Україна, Одеса), marlinna@yandex.ru

Карапєтров В. В., студент фізико-математичного факультету, ДЗ «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського» (Україна, Одеса), marlinna@yandex.ru

Роль засобів масової інформації в розвитку елементів панорамного мислення

Розглядається поняття «панорамне мислення» і досліджується вплив ЗМІ на його розвиток. Актуальність дослідження обумовлена необхідністю соціально-філософського осмислення впливу засобів масової інформації на розвиток елементів панорамного мислення в суспільстві. Розвиток панорамного мислення – це необхідна реакція особистості на зростання складності сучасного світу. Панорамне мислення – це спосіб мислення, в процесі якого відбувається подолання еволюційної навантаженості людського менталітету – вузькості поля свідомості. Панорамне мислення може вважатися терміном, який включає в себе мислення інших типів в масі людей не властиве – таке як системне, латеральне, нестандартне, об'ємне, проривна, масштабне, повного спектру, паралельне, більш ніж одотрекове. Наведено ознаки панорамного мислення. Вказані етапи впливу ЗМІ на суспільство. Описано два підходи до проблеми впливу ЗМІ на мислення. Наведено позитивні та негативні сторони панорамного мислення в даний час. Виявлена одна з головних задач ЗМІ – інформування при розвитку панорамного мислення повинно бути направлено на створення логічно свідомого, а не емоційного ставлення до того, що відбувається.

Ключові слова: панорамне мислення, ЗМІ, вузьке мислення, суспільство, особистість.

УДК 130.2

Петренко Д. В., кандидат философских наук, доцент, доцент кафедры теории культуры и философии науки, Харьковский национальный университет им. В. Н. Каразина (Украина, Харьков), Dmitrypetrenko@yandex.ua

ФЕНОМЕН ТЕХНИКИ В КОНТЕКСТЕ ФИЛОСОФСКОЙ АНТРОПОЛОГИИ

Рассмотрено философско-антропологические концепции техники в философии конца XIX – XX веков. Исследование теоретических стратегий соотношения человеческого и технического позволяют раскрыть ряд антропологических операций, артикулирующих представления о человеке, и разработать оригинальную классификацию философских антропологий техники.

В философии техники конца XIX – XX веков формируется четыре стратегии для понимания темы «человек и техника»: проекционная, имманентно-критическая, трансцендентно-критическая и реконструкционная. Эти четыре стратегии философской антропологии техники не представляют все возможные линии концептуализации взаимосвязи человека и техники. Тем не менее, данные стратегии обозначили основные конфигурации диспозитивов, которые распределяют экономию человека/животного, естественного/искусственного, природы/культуры, человеческого/технического. Данные стратегии проявляются не только в различных философских концепциях, но и в теоретических исследованиях гуманитарных и социальных наук, которые обращаются к изучению темы «человек и техника».

Ключевые слова: антропология техники, антропологическая машина, человеческое, животное, техническое.

(стаття друкується мовою оригіналу)

Забвение, отсутствие, утрата, подмена – типичные определения, сопутствующие различным философским попыткам осмысления техники в XX веке. Если тема «техника и культура» в достаточной степени исследована