

ГЛУШКО Тетяна,

*доктор філософських наук, професор. кафедри філософії
Навчально-наукового інституту філософії та освітньої політики
УДУ імені Михайла Драгоманова*

КОМУНІКАТИВНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЯК ЕТИЧНИЙ ФЕНОМЕН ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА

Феномен інформаційного суспільства, що постав наприкінці минулого століття, під впливом швидкого розвитку інформаційних технологій та вдосконалення засобів зв'язку, став закономірним наслідком постмодерного цивілізаційного етапу з його «розбитим дзеркалом культури» (Ж.-Ф. Ліотар) [див. 1], що демонструє своєрідну розгубленість сучасної людини серед смислових та інформаційних «дружок» та суттєво ускладнює формування цілісної картини світу. Розмаїття інформаційних потоків – культурного, економічного та політичного смислового навантаження – переповнює сьогодні так званий «Всесвіт Гутенберга» [див. 2] й пересічна людина досить часто губиться у цих смислах та їх варіаціях. Тому має бути передбачена й відповідальність профільних комунікаторів – журналістів, політиків, філософів, економістів – як таких суспільних страт, які професійно взаємодіють із соціально значимими смислами, тобто продукують їх та ретранслюють. Йдеться про відповідальність за якість створеного інформаційного продукту, адже споживання інформації є сьогодні складовою втіленої соціально-економічної парадигми, що отримала назву «суспільства споживання».

Досить впливовим поняттям останніх десятиліть є поняття «комунікативної компетентності», яка передбачає обов'язковий рівень кваліфікації мовця в галузі, в якій він задіяний як фахівець. Однак, в умовах активного вжитку, в межах сучасних комунікативних технологій, таких феноменів як постправа, евфемізми та інших інформаційних маніпуляцій, не всі суб'єкти соціально значимого дискурсу, *по-перше*, володіють комунікативною компетентністю й, *по-друге*, навіть, за умов наявності відповідних кваліфікацій, з різних мотивів (фінансових, ідеологічних тощо) агенти соціальної комунікації можуть свідомо викривлювати інформацію у процесі соціальної взаємодії. У такий

спосіб, сучасний дискурс перманентно наповнюється смисловими деформаціями.

Більше того, якраз основні принципи постмодернізму, з його відмовою від бінарних опозицій на кшталт істина/хиба, створили базові передумови для ціннісної та смислової плюралізації дискурсів. Такий плюралістичний підхід до істини, з одного боку, створив дійсно евристичні умови для розвитку постнекласичної парадигми у філософії науки, але, з іншого – спричинив появу в просторі суспільної комунікації такого феномену як «інформаційний шум», який досить часто перекриває собою дійсно значимі смисли, зокрема засобами PR та інших політичних чи економічних комунікативних технологій. Власне, у зв'язку з цим, феномени постправди та популізму стали однією з наріжних проблем сучасної політики та економіки як на локальних рівнях їх прояву, так й на глобальному.

Саме тому, на наш погляд, важливо звернути увагу на введення у вжиток ще й такого терміну як *комунікативна відповідальність*, яка передбачала б чіткі нормативні вимоги щодо системи аргументації як основи моральної, а, в деяких аспектах, навіть юридичної відповідальності за деформацію значимих смислів, які виводяться у простір соціальної комунікації на рівні політичної ідеології або економічних програм розвитку регіонів чи країни в цілому. З одного боку, це може виглядати як «поширення сили шляхом контролю над умовами дискусій» [3, с. 18] та спонукати до вбачання тоталітарних тенденцій на кшталт орвелівського «міністерства правди» [див. 4] чи сучасної тоталітарної соціальної системи китайського зразка. Але, з іншого боку, за умови збалансованого підходу до осмислення цього феномену та визначення юридичних меж його застосовності до суб'єктів соціальної дії, така настанова сприятиме, на наш погляд, більшій контрольованості популістичних гасел, від яких вимагатиметься аргументоване доведення висловлених тез, адже не варто забувати, що публічне мовлення є вербальним виявом владних повноважень (М. Фуко) [див. 5]. Тому суб'єкти, наділені владою говорити, мають підпорядковуватися нормам комунікативної відповідальності, а отже й фактичної спроможності обґрунтовувати свої політичні програми та популістські заяви проти актуальних чи потенційних опонентів.

Отже, необґрунтоване викривлення соціально значимих смислів, їхня ретрансляція у деформованому вигляді та інші маніпуляції масовою свідомістю – економічною й політичною – постають як прояв комунікативної безвідповідальності, що може спричинити суттєву шкоду як окремому суспільству, так й перспективам розвитку глобальної системи в цілому. Відповідно, існує актуальна потреба закріплення в сучасному міжгалузевому дискурсі норм комунікативної відповідальності як «відповідальності перед іншим» [див. 6]. У такий спосіб, сучасна етична парадигма, як складова практичної філософії, має проблематизувати не лише комунікативну компетентність, як необхідну умову підготовки публічного спікера, а і його компетенції у сфері комунікативної відповідальності, тобто готовності брати на себе відповідальність щодо коректності та верифікованості чи фальсифікованості постулатів, які відповідний суб'єкт соціальної дії вносить в публічний дискурс на рівні аналізу економічної політики держави чи її політичної ідеології, адже ми маємо забезпечувати невід'ємне право громадян на отримання достовірної інформації.

Список використаних джерел та літератури:

1. Lyotard J.-F. *The Postmodern Condition: A Report on Knowledge*. Minneapolis: University of Minnesota Press, 1984. 144 p.
2. McLuhan M. *The Gutenberg Galaxy*. Toronto: University of Toronto Press, 2011. 336 p.
3. Гамільтон К., Ольберг М. Прихована рука Китаю. Як КНР непомітно захоплює світ / пер. з англ. Ю. Каздобіної. К.: Наш Формат, 2023. 416 с.
4. Orwell G. *Nineteen Eighty-Four*. New York: Everyman's Library, 1992. 384 p.
5. Foucault M. *L'ordre du discours*. Paris: Gallimard, 1971. 81 p.
6. Lévinas E. *Humanisme de l'autre homme*. Paris: LGF, 1987. 128 p.