

5. Лісовий В. Культура — ідеологія — політика. — К.: Видавництво імені Олени Теліги. — 1997. — 352 с.

6. Політична наука в Україні: стан і перспективи: матеріали всеукраїнської наукової конференції (Львів, 10–11 травня 2007 року) / Укл. Поліщук М., Скочилас Л., Угрин Л. — Львів: ЦПД. — 2008. — 308 с.

Курняк О.А. Политическая культура как социокультурный феномен: понятия и структура

Анализируется природа и сущность политической культуры как социокультурного феномена. Сделан взвод о том, что политическая культура оказывает влияние на формы организации государственной власти, строение ее институтов, позволяет эффективно регулировать отношения между государством и гражданским обществом, обеспечивает гражданский консенсус.

Ключевые слова: личность, культура, политика, образование, воспитание, политическая культура.

Kurnyak, O.A. Political culture as a social and cultural phenomenon: notions and structure

Analyses of the nature and essence of a political culture as the social and culture phenomenon. It is inferred that the political culture has an impact on the forms of organisation of the state power and creation of its institutions, and allows for an efficient regulation of relations between the state and the civic public providing for a social consensus.

Key words: a personality, culture, policy, education, upbringing, a political culture.

УДК 323.2

Остапенко М.А.

Суб'єкти політичної комунікації в інформаційному суспільстві

Окреслюються контури аналізу комунікативної сфери суспільства як передумови та середовища реалізації політичної комунікації, її учасників, політичного плюралізму в інформаційному суспільстві, використовуючи теорію інформаційного суспільства, політичної комунікації та їх прикладні аспекти.

Ключові слова: політична комунікація, соціальна спільнота, віртуальні спільноти, інформаційне суспільство.

У публічній сфері сучасного світу, якою є політика, комунікація багато в чому визначає характер і зміст політичних процесів. Більше того, самі відносини влади та впливу ґрунтуються на комунікації різних рівнів: між індивідами, індивідами та соціальними групами, між ними та державою, між державами. Політична комунікація у сучасних демократичних політичних системах, що декларують принцип народного суверенітету, виборність органів влади та місцевого самоврядування, прозорість державної влади та її взаємодію з громадянським суспільством, колегіальність прийняття важливих політичних рішень тощо, виходить на провідні позиції.

Різні аспекти політичної комунікації досліджують такі науковці як Г. Шиллер, А.Джулер, Б.Дрюніані, Д.Еванс, М.Бенні, А.Грей, Д.Блек, А. Кемпбел, М.Дефльор, В.Евеланд, М.Фіоріна, Ф.Гогул, Р.Холберт, М.Кастельс, Ж.Коттре, Е.Тоффлер та ін. Серед російських авторів — Н. Морозова, Є.Пашенцев, О.Феофанов, В.Пугачов, Г.Грачов, Ф.Ільясов, А. Лебедев–Любимов, М.Піскунова, Г.Смолян, Ю.Чаплигін та ін.

Аналізу різних аспектів політичної комунікації та її ціннісного виміру в контексті політичного процесу, а також формуванню політичної картини світу та чинників, що на нього впливають, приділено увагу вітчизняними науковцями, зокрема В.Бебиком, Ю.Бондарем, Є.Макаренком, О.Токовенком, Ю. Сурміним та ін.

Плюралізм у широкому розумінні — це така категорія, яка пов'язується зі свободою вибору можливостей як у галузі економіки, так і в галузі соціального життя, політичної та ідеологічної сферах, а також свободою у сфері спілкування. Умови його реалізації — плюралізм думок, повага до іншої думки, врахування інтересів і поглядів опонента; відсутність монополії на остаточну кінцеву, вищу істину, нав'язування своїх думок і поглядів іншим — у сучасному суспільстві доповнюється ще однією, а саме наявністю сфери політичної комунікації, яка в епоху розвитку інформаційного суспільства постає не лише як важливий спосіб реалізації політичного плюралізму, а й джерело формування нових варіантів його прояву.

У зв'язку з цим *метою даної статті* є аналіз комунікативної сфери суспільства як умови та середовища існування і реалізації політичної комунікації, її учасників, політичного плюралізму в інформаційному суспільстві, використовуючи теорію інформаційного суспільства, політичної комунікації та прикладні аспекти її розвитку.

На сьогоднішній день відбувається процес віртуалізації політики. Нова політика компенсує дефіцит реальних ресурсів і вчинків розмаїттям образів. Боротьба за політичну владу в сучасних умовах – це змагання віртуальних образів – політичних іміджів, які створюють рейтинги і іміджмейкери, прес–секретарі, PR–технологи і електронні ЗМІ, рекрутовані на час політичних кампаній, а не боротьба партійних організацій і не конкуренція програм, дій.

Україна також поступово включається до процесу віртуалізації політики. Про це свідчать цифри. Наприклад, в Інтернеті налічується 279 сайтів на вітчизняну політичну тематику. Їх розподіл є таким: 55% – сайти новин, сайти ЗМІ, інформгентства, он–лайніві ЗМІ; 23% – сайти політичних партій і організацій, які виробляють достатньо вузький спектр новин; 14% – інформаційні сайти і форуми – вузькоспеціалізовані ресурси; 8% – особисті сайти політиків, які крім ускладнень з фінансуванням та дуже вузького спектру висвітлюваних питань, дуже часто мають проблеми з наповненням – наявний хронічний дефіцит матеріалів. 70% політичних сайтів мають київське регіональне розташування; інші регіони займають від 5% до 1% [3].

Сучасна політична картина світу багато в чому визначається не самими політичними процесами та явищами, а інформацією про них, точніше, інтерпретацією цієї інформації учасниками комунікації. При цьому вихідна інформація може бути не стільки фактичною, скільки штучно створеною моделлю події чи процесу, що складається з образів та символів, уявлень про них, а не з реальних подій та фактів. Значна роль інтерпретації у процесі політичної комунікації обумовлена загальною соціокультурною ситуацією, яка склалася в сучасному світі: формування постіндустріального інформаційного суспільства, глобалізація економічних, соціальних, політичних, культурних процесів тощо.

На думку завідувача кафедри інформаційних досліджень Королівського університету в Белфасті, директора Центра інформаційного менеджменту У.Мартіна, під інформаційним суспільством розуміється «розвинене індустріальне суспільство», визначальними характеристиками якого є п'ять основних критеріїв. Технологічний: ключовий фактор – інформаційна технологія, що широко застосовується на виробництві, в установах й у побуті. Соціальний: інформація виступає як важливий стимулятор зміни якості життя, формується й затверджується «інформаційна свідомість» при широкому доступі до інформації. Економічний: інформація становить ключовий фактор економіки як ресурс, послуг, товару, джерела доданої вартості й зайнятості. Політичний: воля інформації, яка веде до політичного процесу, що відрізняється зростаючою участю й консенсусом між різними класами й соціальними верствами населення. Культурний: визнання культурної цінності інформації, сприяння утвердженню інформаційних цінностей в інтересах розвитку окремого індивіда й суспільства в цілому [11,с.14–15].

Як справедливо зазначає вітчизняний науковець І. Воронов: «...Якщо індустріальне суспільство – це взаємодія людини і машини, то постін-

дустріальне суспільство засноване на «грі між людьми», в якій на тлі машинних технологій зростає технологія інтелекту, заснована на інформації. Постіндустріальне суспільство є також комунікативним суспільством, де соціальною одиницею виступає радше окрема спільнота, аніж індивід, і метою стає досягнення «соціального рішення», що відрізняється від простої суми індивідуальних рішень...» [2,с.147]. Можна розширити означену думку, доповнюючи її тим, що в сучасних умовах комп'ютерно–опосередкованої політичної комунікації з'являються нові актори – віртуальні спільноти, які об'єднуються навколо загальних інтересів або цінностей і, на думку О.Дубаса, – іншого вітчизняного дослідника – «...є найновітнішими різновидами соціальних груп, адже механізми управління ними схожі з подібними механізмами, які застосовуються для управління традиційними соціальними групами» [4,с.297].

Соціологічна наука досить ретельно досліджує поняття соціальних груп, класифікує їх, визначає функції. Також вже більше десяти років у межах соціології, психології, соціальної філософії ведуться активні наукові розвідки щодо сутності і особливостей віртуальних спільнот. За цей час утворилося певне концептуальне поле, в якому формуються основні теоретичні підходи до цієї та інших пов'язаних нею проблем. Віртуальні спільноти сучасними дослідниками вивчаються переважно як феномен нової культури, що формується на засадах використання Інтернету; з точки зору специфіки психологічних рис учасників таких спільнот; з огляду на те, яку роль вони можуть відігравати у житті суспільства взагалі.

Для політичної науки ця проблематика може бути цікавою тим, що з'являється нова форма демократії – електронна демократія, яка потребує та на сьогоднішній день отримує певне наукове пояснення. У нашому випадку, зважаючи на те, що у центрі ідеї політичного плюралізму знаходиться організована група (оскільки плюралістична теорія демократії обґрунтовує ідею про те, що індивіди можуть швидше передати свої вимоги і побажання уряду через групову активність), то більш ретельніше слід зупинитися на особливостях віртуальних спільнот як учасників сучасного суспільно–політичного життя.

Термін он–лайнове або віртуальне співтовариство виник у процесі розвитку Інтернету і означає новий тип співтовариства, що функціонує в електронному просторі та представляє об'єднання користувачів мережі в групи з загальними інтересами для роботи в електронному просторі, використовуючи при цьому Інтернет–технології.

Віртуальна спільнота в цілому зберігає усі істотні ознаки традиційної соціальної групи, за тим важливим винятком, що тут спільною для групи людей територією є віртуальний простір, безпосередньо виявлений через інтерфейси.

Науковці виділяють два принципово різних трактування віртуальної спільноти. Прихильники першої вважають, що така спільнота – це всі, хто використовує Інтернет для спілкування. Ці люди не вступають у міжперсональну взаємодію, але засвоюють загальний дискурс, стають носіями спільної віртуальної культури. Тому вони й об'єднані у «спільноту».

З іншої точки зору, віртуальна спільнота – це локальна мережа реально взаємодіючих в Інтернеті людей, що використовують для цього той чи інший спільний для всієї групи засіб спілкування. Вони об'єднані за принципом більш–менш постійних контактів внаслідок спільного для них інтересу. Таке розуміння віртуальної спільноти за змістом співпадає з

класичним визначенням соціальної мережі, згідно з яким мережа є певним набором акторів та їх відносин [9].

Особливостями віртуальних спільнот є те, що вони побудовані на принципах децентралізованої ієрархії і часткового лідерства, широкої спеціалізації її членів і стимулювання особистих, неформальних відносин між ними. Г.Рейнгольд до характеристик подібних спільнот вводить фактор спільності інтересів і взаємної турботи один за одного членів спільноти. Особливістю віртуальної спільноти можна назвати і постійний обмін інформацією, думками, почуттями, тобто триваючу дискусію. Важливим у цьому є підтримка подібного обміну, що будується на бажанні спілкуватися. В.Щербина зазначає, що описові дослідження інтернет-комунікацій констатують наявність специфічних особливостей мови, соціальної ієрархії, індикаторів соціального статусу і соціальних норм, що, власне, й дозволяє говорити про віртуальні спільноти як про особливу соціальну субкультуру, що виникає на наших очах [9].

С.Кудрявцева, В.Колос пропонують наступну класифікацію віртуальних спільнот: постійні (проблемно-орієнтовані) – віртуальні лабораторії, дискусійні групи, співтовариства, що підтримують розвиток інформаційних просторів; динамічні, з періодично змінюваним складом – освітні співтовариства, співтовариства зі спеціальними інтересами; тимчасові – проектні групи, що з'являються і розчиняються в міру виникнення і виконання проектних завдань [6].

Віртуальні спільноти виявляють свою активність не лише в процесі обміну інформацією у мережі Інтернет. Існує такий прояв мережної взаємодії у позакомп'ютерному просторі як флешмоб (flash mob – миттєва юрба) – несподівана поява людей у заздалегідь обумовленому місці в обумовлений час, організована шляхом передачі сценарію спільних дій через мобільні телефони та спеціалізований інтернет-сайт. При цьому, як правило, учасники виконують заздалегідь домовлені дії і швидко розходяться. Ідею флешмобу, як вважають науковці, запропонував вже згадуваний нами Г.Рейнгольд, «...креативник і дослідник мережевої культури. У книзі «Розумна юрба: наступна соціальна революція» він пов'язує це явище з новою можливістю «групи людей організувати пряму колективну дію, яку вони були не здатні здійснити раніше, до появи Інтернету та мобільного телефону» [9]. Прикладами такого впливу є, зокрема, дії антиглобалістів, які координують спільні акції протесту через Інтернет та мобільну телефонію. На думку Г.Рейнгольда, флешмоб – провісник розвитку «розумної юрби», яка спроможеться на організовані дії без участі попередньо організованих структур, діятиме лише на засадах усвідомлення необхідності спільної дії усіма індивідами, з яких вона складається.

Більш звичним та менш радикальним явищем сприймаються комунікативні спільноти, що виникають власне у Мережі – так звані «network community» – мережні спільноти. Вони включають представників різних груп за інтересами – як традиційних (вчених, лікарів, літераторів, туристів, домогосподарок), так і нових, появу яких викликав розвиток кіберкомунікативних мереж.

Одним із видів комунікативних спільнот є соціальні мережі – соціальні структури, які утворені індивідами або організаціями. Вони відображають різні зв'язки між ними через різноманітні соціальні взаємовідносини, починаючи з випадкових знайомств і закінчуючи тісними родинними зв'язками. Вперше термін було запропоновано в 1954 році Дж. А. Барнесом.

Аналіз соціальних мереж (має відношення до теорії мереж) перетворився на основний метод досліджень в сучасній соціології, антропології, географії, соціальній психології, інформатиці та дослідженні організацій, а також поширену тему для досліджень та дискусій. Дослідження в декількох академічних сферах показали, що соціальні мережі діють на багатьох рівнях, починаючи від родин, і закінчуючи цілими націями, та відіграють важливу роль в тому, як розв'язуються проблеми, працюють організації, та досягають успіху на шляху до власних цілей індивіди [1;9].

В умовах глобальної інформаційної ери, комунікації за допомогою електронних ресурсів актуальності набувають явища інформаційної культури (культури існування і поведінки в інформаційному суспільстві), електронної культури (вища форма розвитку культури і людської цивілізації, ключовою характеристикою якої є можливість обміну людськими думками на великих відстанях за допомогою електронних засобів комунікації), мережевого етикету, що потребують наукових пояснень. Важливість цієї проблематики підкріплюється тим, що, наприклад, 75% жителів США, країн Скандинавії (за прогнозами на 2010 рік – 88%), 60–70% у Німеччині є користувачами Інтернету. Трохи менший цей відсоток у Південній Європі. У східноєвропейських країнах у середньому частка користувачів коливається в межах 14% від загального населення [8, с.160]. В Україні мережа Інтернету протягом 2000–2008 років щорічно розширюється в середньому на 40% [9, с.330]. Так, у 2006 році споживачів Інтернет-ресурсу в Україні нараховувалось 4,5 млн., у 2008 – 9,6 млн. осіб, проте переважна частина користувачів сконцентрована у Києві та семи найбільших містах України. На думку Т.Фрідмена у майбутньому доступ до Інтернету буде зараховано до основних прав людини. На жаль, Україна ще надто далека від подібної ідеї. Але, як справедливо зазначає Ю.Шайгородський «...без руху в цьому напрямі наша країна безнадійно відстане від глобального світу...» [7, с.129].

У підсумку хотілося б зробити наголос на наступному. У сучасному суспільстві політичний діалог відбувається між владою та громадянським суспільством як у ході безпосередньої взаємодії органів державної влади з тими чи іншими громадськими утвореннями через необмежений комунікативний простір, який є характерним для сучасного інформаційного суспільства, так і створюється завдяки величезним можливостям впливу засобів масової інформації. Виникнення, становлення і розвиток інститутів громадянського суспільства, як традиційних, так і новітніх, стає реальною основою для комунікації й суспільного діалогу. Саме громадянське суспільство, переборюючи обмеженість інструментального, «знеціненого підходу» до політичної сфери, забезпечує «конкретну участь» індивідів у процесі самоорганізації й самоврядування суспільства. Відзначаючи важливість самого процесу політичної комунікації, її характеру і умов, слід наголосити на тому, що завдяки обміну інформацією досягається консенсус держави і громадянського суспільства, більш ефективно узгоджуються інтереси людей і досягається компроміс, актуальність чого для українських реалій, на нашу думку, не потребує додаткових пояснень.

Список використаних джерел

1. Віртуальні співтовариства / Матеріал з Вікіпедії – вільної енциклопедії. – Режим доступу до статті: http://uk.wikipedia.org/wiki/Віртуальні_співтовариства

2. Воронов І. Виклик «Левіафану»: еволюція і перспективи українського суспільства: Монографія / І.Воронов. – К.: Генеза, 2007. – 400с. С.147.
3. Голобуцький О, Шевчук О. Електронний уряд. Частина четверта: Електронний уряд і цифрова демократія / О.Голобуцький, О.Шевчук. – Режим доступу до статті: <http://golob.narod.ru/egovchet.html>
4. Дубас О. Політична комунікація у глобальному інформаційному суспільстві: надбання і виклики / О.Дубас // Політологічний вісник. Збірник наукових праць. – К.: «Інтас», 2007. – Вип. 30. – С. 297–303
5. Кастельс М. Становление общества сетевых структур / М.Кастельс // Новая постиндустриальная волна на Западе: Антология / [Под ред. В.Л. Иноземцева]. – М.: Асадеміа, 1999. – С. 494 – 505.
6. Кудрявцева С.П., Колос В.В. Міжнародна інформація. [Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів]. 2–е видання. – К.: Видавничий Дім «Слово», 2008. – 400 с. – Режим доступу: <http://pulib.if.ua/part/9996>
7. Наука. Влада. Політика. / Ін-т політ. і етнонац. дослідж. ім. І.Ф.Кураса НАН України; редкол.: М.І. Михальченко (голова) та ін. – К.: Знання України, 2008. – 240 с.
8. Стилї життя: панорама змін / За ред. М.О.Шульги. – К.: інститут соціології НАН України, 2008. – 416с.
9. Шайгородський Ю.Ж. Політика: взаємодія реальності і міфу: Монографія / Ю.Ж. Шайгородський. – К.: Знання України, 2009. – 400 с.
10. Щербина В. Соціальні риси мережних спільнот // Соціальна психологія. – 2005. – № 2 (10). – С.139–149. – Режим доступу до статті <http://www.politik.org.ua/vid/magcontent.php3?m=6&n=37&c=701>
11. Martin W.J. The Information Society / W.J. Martin. – London, 1988. – 334 p.

Остапенко М.А. Субъекты политической коммуникации в информационном обществе

Очерчиваются контуры анализа коммуникативной сферы общества как условия и среды реализации политической коммуникации, её участников, политического плюрализма в информационном обществе, опираясь на теорию информационного общества, политической коммуникации и их прикладных аспектов.

Ключевые слова: политическая коммуникация, социальная общность, виртуальная общность, информационное общество.

Ostapenko, M.F. Subjects of political communication in informative society

In the article the contours of analysis of communicative sphere of society as terms and environments of realization of political communication, its participants, political pluralism, are outlined in informative society, using the theory of informative society, political communication, and them the applied aspects.

Key words: political communication, social association, virtual associations, informative society.

УДК 32 – 027.21(073)

Панасюк Л.В.

Диглосія: до аналізу категорії білінгвізму

Розглядаються особливості формування категорії білінгвізму, пропонується аналіз сучасних підходів до розуміння феномену двомовності/багатомовності, явища диглосії.

Ключові слова: мова, білінгвізм, диглосія.

Досліджуючи явище двомовності/багатомовності англійська дослідниця С. Ромейн нарахувала в межах Європи 25 офіційно одномовних країн та 11 багатомовних [1,с.23]. Незважаючи на перевагу в межах України одного етносу (українців), що дозволяло б говорити про її мононаціональність та одномовність, мовна ситуація в державі не така позитивна – суспільство не є одномовним. Особливості етномовного розвитку України, непевність мовної політики, невизначеність і нерозробленість категоріального апарату, відсутність чіткого уявлення про феномен двомовності, його особливості, якісні та кількісні характеристики потребують аналізу феномену білінгвізму, зокрема явища диглосії.

Поняття і термін *диглосія* (від грець. *di* – дво– і *γλωσσα* – мова; буквально – «двомовність») в 1959 р. увів у науковий обіг американський дослідник Чарльз Фергюсон, що розглядав диглосію як існування пліч-о-пліч на всій території певної спільноти двох різновидів мови, кожен з яких виконує певну роль [2,с.130].

Дж. Поль визначав диглосію як один з типів двомовності – вертикальний білінгвізм, однак щодо діалектів однієї мови, а не різних мов [3,с.84].

На думку Д. Фішмана, диглосія існує не тільки в багатомовних суспільствах, котрі офіційно визнають декілька мов, але й в суспільствах, котрі є багатомовними в сенсі, використання окремих діалектів, реєстрів або функціонально диференційованих мовних різновидів будь-якого роду [4,с.360].

Незважаючи на активні дослідження феномену диглосії західними науковцями (за останні 40 років після Фергюсонівської статті світ побачив понад 3 тис. друкованих праць з даної проблематики [5,с.13]), вітчизняні дослідники лише починають роботу у цій царині, зокрема Є. Борінштейн та А. Кавалеров приєднуються до західного розуміння диглосії як одночасного існування в суспільстві двох мов або двох форм однієї мови [6,с.75].

Природні мови принципово неоднорідні, зазначає А. Загнітко, вони існують у багатьох різновидах, формування й функціонування яких визначаються соціальною (та, додамо – політичною) диференційованістю суспільства і розмаїттям його комунікативних потреб. У деяких з цих різновидів є власні носії (територіальні діалекти та ін.), інші різновиди виступають додатковим засобом спілкування.

Подібне володіння різними підсистемами тієї самої національної мови й використання їх залежно від ситуації або сфери спілкування називається