

5. Холод О.М. Інструментарій засобів масової інформації у процесі формування іміджу політиків [Текст] : дис... д-ра філол. наук: 10.01.08 / Холод Олександр Михайлович ; Київський національний ун-т ім. Тараса Шевченка. Інститут журналістики. - К., 2007. - 546 арк.
6. Яковлева Ю. О. Маркетингові засоби формування іміджу політичного лідера у трансформаційному суспільстві: політологічний аналіз [Текст] : дис... канд. політ. наук: 23.00.02 / Яковлева Юлія Олександрівна ; Дніпропетровський національний ун-т. - Д., 2006. - 219 арк.
7. Лісовська М.М. Партийна символіка у виборчому процесі України [Текст] : автореф. дис. ... канд. політ. наук : 23.00.02 / Лісовська Мирослава Миколаївна ; НАН України, Ін-т держави і права ім. В. М. Корецького. - Київ, 2015. - 20 с.
8. Щербина Ю.С. Колір у символіці політичних партій України як прийом маніпулювання / Ю.С. Щербина // Гілея: наук. вісн. – К., 2011. – Вип. 48. – С. 843-849.
9. Бодрийяр Ж. Система вещей : монографія / Жан Бодрийяр ; [Пер. с фр. и сопровод. ст. С. Зенкина]. - Москва : Рудомино, 2001. - 168, [4] с.
10. Пелипенко А.А. Культура как система: Учебник / А.А. Пелипенко, И.Г. Яковенко. - М.: Издательство "Языки русской культуры", 1998. - 369 с.
11. Кофанов Л.Л. Инсигнии римских магистратов / Л.Л. Кофанов : [Електронний ресурс] // Международная конференция «Проблемы исторического познания». – М.: ИВИ РАН, 5–7 марта 1996 г. - Режим доступу: <http://ancientrome.ru/publik/article.htm?a=1267968500>
12. Словник української мови: в 11 т. / [ред. колег. І. К. Білодід (голова) та ін.]. – К.: Наукова думка, 1970 – 1980. – Т. 1: А – В [ред. П. Й. Горещкий, А. А. Бурячок, Г. М. Гнатюк, Н. І. Швидка]. – К.: Наукова думка, 1970. – 799 с.
13. Значение цвета в китайской культуре : [Електронний ресурс] // StudyChinese.ru. - Режим доступу: <http://www.studychinese.ru/articles/8/196/>.
14. The Queen's colour-chart: Why blue is Her Majesty's favourite colour. . . and why she doesn't like beige : [Електронний ресурс] // Daily Mail. - 16 April 2012. - Режим доступу: <http://www.dailymail.co.uk/femail/article-2129730/Revealed-Why-blue-Queens-favourite-colour-doesnt-like-beige.html>.
15. Цаголова В.А. Визуальный аспект имиджа Ангелы Меркель на основе когнитивного признака «цветовая символика стиля одежды» / Цаголова В.А. : [Електронний ресурс] //Филологические науки/7. Язык, речь, речевая коммуникация - Режим доступу: http://www.rusnauka.com/35_OINBG_2012/Philologia/7_122438.doc.htm

УДК 32.019.5

ІННОВАЦІЙНІ ІНСТИТУТИ ПОЛІТИЧНОЇ СОЦІАЛІЗАЦІЇ МОЛОДІ В УКРАЇНІ

Ніколаєнко Н. О., д. політ. н., професор, завідувач кафедри політології Миколаївського національного університету імені В. О. Сухомлинського

Годован Ю. В., аспірант кафедри політології Миколаївського національного університету імені В. О. Сухомлинського (Україна)

Ніколаєнко Н. О., Годован Ю. В. Інноваційні інститути політичної соціалізації молоді в Україні.

У статті розглядаються основні аспекти перебігу політичної соціалізації молоді в Україні на сучасному етапі державотворення за допомогою її інноваційних інститутів. Зокрема, визначається ступінь взаємозв'язку інститутів соціалізації з самим процесом, їх вплив на неї, а також зв'язок між самими інститутами. У дослідженні основна роль приділена значенню в соціалізації засобів масової інформації, мережі інтернет, засобів масової комунікації тощо, а також їх функціям в суспільстві.

Ключові слова: політична соціалізація, молодь, Україна, інститути соціалізації

Ніколаєнко Н. А., Годован Ю. В. Инновационные институты политической социализации молодежи в Украине.

В статье рассматриваются основные аспекты протекания процесса политической социализации в Украине на современном этапе развития государства посредством ее инновационных институтов. В частности, определяется степень взаимосвязи между самими институтами. В исследовании основная роль уделяется значению в социализации средств массовой информации, сети интернет, средств массовой коммуникации, а также их функциям в обществе.

Ключевые слова: политическая социализация, молодежь, Украина, институты социализации

Nikolaenko N., Hodovan Y. Innovation institutions of political socialization of youth in Ukraine.

The article examines the main aspects of the transition of political socialization of youth in Ukraine at present stage of state creation through its innovative institutions. In particular, it is determined by connection level between these institutions of socialization with the process, their impact on it, and the connection between the institutions. In this article the main part is the socialization of the media, the Internet, mass media, etc., and their functions in society.

Key words: political socialization, youth, Ukraine, institutions of socialization

Постановка проблеми. Політична соціалізація сьогодні є надзвичайно важливим процесом, який забезпечує можливість для молодого покоління увібрати в себе ключові соціально-психологічні навички політичної та соціальної участі, риси і особливості суспільства та політичної системи. З набуттям Україною статусу незалежної держави активно постала проблема вивчення, дослідження і аналізу феномену соціальної мобільності, а разом з ним і тих явищ, від яких залежить цей процес – політичної соціалізації, політичної культури, політичної поведінки, соціальної стратифікації тощо. Науковий потенціал українських науковців дозволив глибоко дослідити стадії, етапи, риси та функції процесу політичної соціалізації, виробити загальні тенденції його перебігу саме в Україні, і на основі цього визначити основні закономірності і характерні риси соціальної мобільності української молоді на сучасному етапі державотворення.

Як ми зазначали, сьогодні політична соціалізація є нерозривно пов'язаною із такими фундаментальними явищами, як політична поведінка та політична культура. Вони є похідними від першого, і його логічним наслідком, результатом. Необхідність у політичній культурі є надзвичайно високою, оскільки вона демонструє певний рівень культурного розвитку окремих індивідів і цілого суспільства.

Політична соціалізація та її вплив на формування індивідуальних якостей особи та рівень оволодіння нею соціальним досвідом визначаються окремо, в залежності від самого індивіда, соціально-політичних умов, умов проходження соціалізації, наявності тих чи інших усталених чи інноваційних інститутів соціалізації молоді тощо.

Оскільки політична соціалізація є частиною загальної культури, то вона формується і виявляється у процесі політичного життя. Це історично та соціально зумовлений продукт політичної життєдіяльності людей, який є необхідною передумовою створення сприятливих умов для налагодження конструктивного діалогу і взаємодії між громадянами та державою, іншими політичними інститутами. Дані обставини потребують адекватного рівня політичної культури суспільства, його морально-етичного стану, незалежно від професійної належності, віку і статі громадян.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Звернення до існуючих теоретичних розробок з цієї проблеми показує, що висвітлення процесу відтворення молоддю політичного досвіду, певної системи норм, цінностей і установок політичної діяльності та політичних відносин, а також вивчення тенденцій та пошук шляхів подолання політичного нігілізму й абсентеїзму молодого покоління належать до числа актуальних теоретичних проблем, але ще рідко стають предметом комплексного політологічного дослідження.

Феномен політичної соціалізації як важливого суспільного явища викликає значний інтерес серед сучасних науковців у галузі політології, політичної психології, соціології, філософії політики тощо. Однак, аналіз основних наукових праць, присвячених вивченню даного питання дає змогу зробити висновок про те, що явище політичної соціалізації сьогодні розглядається, як правило, в рамках політології. Певна частина з них здійснена в рамках психології та педагогіки.

Що стосується наукових досліджень політичної соціалізації в межах політології, то значної уваги заслуговують праці таких російських та українських вчених, як: Н.Ф. Гедакова, В.О. Корнієнко, С.В. Кузіна, О.Ю. Кудрявцев, Я.В. Подолян, Н.В. Пробийголова, Є.Н. Степанова, А.А. Темер'ян та ін. Серед вітчизняних психологів, які аналізують проблему політичної соціалізації особистості, необхідно назвати Г.М. Андрєєву, Т. П. Поснову, Н.М. Дмитрієву, А.А. Карманова. Вагомий внесок у розкриття проблеми політичної соціалізації зробила російський політичний психолог Є.Б. Шестопап. З позиції педагогіки проблеми соціалізації розглядав І.І. Курлішук. Велике значення для вивчення проблеми політичної соціалізації в рамках соціології мають праці російських дослідників Н.А. Головіна, Н.А. Меншикової.

Окремо варто зазначити, що дослідження феномену політичної соціалізації відбувається у різних контекстах, науково-методологічних підходах. Так, зокрема В. Стельмах [1], робить спробу класифікувати наукові праці за такими підходами до їх дослідження: соціально-політичний, у рамках якого досліджуються питання становлення особистості і громадянина, розвиток політичних якостей особистості під впливом різного роду політичних інституцій, агентів політичної соціалізації (праці Т. Парконса, М. Девіса, В. Льюїса та ін.), формування національної ідентичності в умовах трансформації політичної системи країни (Н. Дембицька, С. Оксамитна, Е. Швачко), особливості політичних орієнтацій в епоху перехідного суспільства (А. Мітіна, В. Петренко), проблема політичного виховання підростаючих поколінь в умовах суспільних змін (М. Боришевський, Н. Гаврилів), особистість – як об'єкт соціалізуючи впливів політичного оточення (Д. Істон, А. Бандура); а що стосується психологічного підходу до дослідження соціалізації молоді, то він фокусує увагу навколо особистості – суб'єкта соціалізаційно-політичних процесів. До теоретиків такого методу відносять Т. Адорно, А. Маслоу, К. Роджерса, О. Шестопапа тощо).

Окрема увага в дослідженнях приділяється агентам політичної соціалізації, їх ролі та значенню в процесі її проходження. Зокрема, В. Москаленко [2, с.268], пише, що агенти політичної соціалізації виступають засобом безпосередньої передачі політичних ідей, поглядів, цінностей. Даний підхід до дослідження в політології отримав назву персоніфікований.

Існує і другий метод дослідження агентів політичної соціалізації – інституціональний. Його прихильники стверджували, що агентом політичної соціалізації може виступати не лише політичний суб'єкт, об'єкт, явище чи процес, а і суспільні інститути, що не пов'язані з політикою – сім'я, оточення, ЗМІ, освіта, церква та ін.

Теоретичні дослідження процесу соціалізації в політичну систему нерозривно пов'язані з практичною діяльністю політичних інституцій громадянського суспільства та політичної системи тієї чи іншої країни. Тобто, можна вважати, що ступінь набуття особою, громадянином навичок політичної системи своєї Батьківщини багато в чому залежить від політичного режиму, типу суспільства, рівня розвитку громадянського суспільства, форми держави та державного устрою тощо.

Аналіз процесу політичної соціалізації займає вагому роль у наукових надбаннях таких дослідників як Л. Преснякової, А. Федоренка, Р. Глазуніна. Останній досліджує це явище в контексті динамічного процесу, який сприяє формуванню цілісної політичної позиції особистості, набуттю нею ключових засад і принципів існуючої політичної реальності.

Дослідження явища соціалізації особистості загалом, і політичної зокрема, були розпочаті наприкінці ХІХ століття. Тоді ж, і був уведений у науковий обіг термін «соціалізація» відомими на той час вченими-соціологами Ф. Гіддінсом та Г. Тардом [3, с.168]. Вони тлумачили вказане явище як «процес розвитку соціальної природи людини», «формування особистості під впливом соціального середовища».

Метою даного дослідження є аналіз сучасних агентів та інститутів, завдяки яким в Україні відбувається процес політичної соціалізації молоді, прослідкувати їх становлення та розвиток, а також безпосередній вплив на хід соціалізації.

Виклад основного матеріалу. Наявність чи відсутність у процесі політичної соціалізації її агентів, які забезпечують її хід, прямо впливає на ефективність і кінцевий результат. Як відомо, агентами політичної соціалізації виступають багато соціальних інституцій, зокрема, родина, освітні установи (дошкільні заклади, школа, вищий навчальний заклад), професійна сфера, друзі та оточення тощо. Однак, з плином часу, перехід до інформаційного суспільства надав доступ до широкого кола інформаційно-комунікаційних послуг, які, в свою чергу, нерідко виступають агентами політичної соціалізації.

Провідними сучасними засобами, завдяки яким відбувається соціалізація, є засоби масової комунікації. У сучасному світі вони володіють значною символічною владою, адже вони репрезентують циркулюючі в соціумі знання, норми, цінності, ідеали, образи тощо, які незалежно від того, адекватно вони відображають реальність чи нееквівалентні їй, завжди відтворюють домінуючі та атрибути суспільного устрою, соціального порядку, культури, надаючи легітимності цивільним категоріям колективної та індивідуальної свідомості.

Засоби масової комунікації постійно трансформуючись під впливом загальнокультурних мін принципів та критеріїв масового спілкування, виробництва нових стилів інформаційної взаємодії, локалізують чи збільшують свої соціальні і просторові параметри та конструюють інформаційний простір всього соціуму [4].

Найпоширенішим та багато в чому ефективним інноваційним інститутом політичної соціалізації молоді на сьогодні являється світова мережа Інтернет. З його появою та поступовим вдосконаленням, доступ до цієї послуги отримували все більше і більше людей, і на сьогодні в усіх цивілізованих країнах ледь не кожен громадянин має змогу здійснювати регулярний доступ у світову мережу.

Роль Інтернету як агента соціалізації сьогодні зростає, оскільки саме глобальна мережа стає головним джерелом отримання та поширення інформації. Взагалі, на сучасному етапі розвитку суспільства Інтернет є головним глобальним засобом масової комунікації, який завдяки своїм медійним особливостям, випередив усі традиційні види ЗМІ в оперативності. Більш того, динаміка поширення і використання Інтернету, в тому числі показними темпами охоплення масової аудиторії світовою комп'ютерною мережею, є безпрецедентною в історії розвитку ЗМК. Як відзначає з цього приводу С. Вартанова, «пройшло 38 років, перш ніж американське радіо завоювало аудиторію в 50 мільйонів чоловік. Телебачення пройшло цей шлях за 14 років. Мережі Інтернет знадобилося лише 4 роки, щоб число його користувачів у США досягло 50 мільйонів чоловік [5, с.38].

Про стрімку популяризацію Інтернету в Україні красномовно свідчить статистика. Так, у 2000 році світовою мережею користувалося близько 320-350 тисяч українців (менше 1% населення старше 18 років). З часом кількість користувачів невпинно зростала: наприкінці 202 року становила 2,5 млн. осіб (5% дорослого населення) [6, с.84]; березні 2009 – 27% [7]. У 2012 ж році ця частка становила 45% дорослого населення [8]. Це свідчить про те, що світова мережа стає все більш поширеним, популярним засобом здобуття, передачі та продукування інформації, а це в свою чергу, явно свідчить про значну роль Інтернету як агента соціалізаційних процесів.

Сьогодні Інтернет об'єднує значну кількість серверів, на яких зберігається необмежена кількість інформації будь-якої тематики. Фактично, це – інформаційна мережа, система взаємопов'язаних впорядкованих інформаційних елементів, які постійно динамічно взаємодіють між собою. Щоб зрозуміти роль Інтернету в політичній соціалізації молоді, доцільно розглянути, які саме цінності закладені в самій побудові «світового павутиння». Інтернет-середовище засноване на цінностях, які є базовими для демократичного суспільства: свобода слова, політичний плюралізм, вільний доступ до інформації, свобода організацій та зборів тощо [9, с.61].

Як зазначають деякі науковці [10, с. 89], головним фактором Інтернету як агенту політичної соціалізації є принцип свободи: не тільки слова але і дії. Фактично, в Інтернеті у кожної молодої людини є свій власний профіль, а для деяких осіб і, власне, друге віртуальне життя, у якому в неї може бути власний сайт, блог, група тощо. «Четвертий вимір» ХХІ століття створюють соціальні мережі. Під даним поняттям розуміють певну структуру, яка базується на людських зв'язках чи взаємних інтересах. У якості інтернет-сервісу соціальна мережа може розглядатися як платформа, за допомогою якої люди можуть здійснювати зв'язок між собою та об'єднуватись за своїми специфічними інтересами. Завдання такого сайту полягає у тому, щоб забезпечити користувачів всіма

можливими шляхами для взаємодії один з одним (відео-чати, зображення, музика, блоги). Особливо важливими для політичної соціалізації тематичні соціальні мережі, які можуть за допомогою спілкування передавати певний соціальний досвід чи норми і цінності певної спільноти [10, с.110-111].

Таким чином, молодіжна спільнота має змогу проводити комунікацію з іншими спільнотами, не будучи їх членами в реальному житті. Свобода зібрання стає нормою життя, важливим елементом соціуму і однією з найважливіших свобод. В даному випадку мережа виконує мобілізуючу функцію, яка сприяє об'єднанню громадян для вирішення тих чи інших проблем.

Однак, головним недоліком такого своєрідного «інтернетівського плюралізму» є анонімність, а нерідко і повна безвідповідальність. Безумовно, Інтернет відповідає основним вимогам інформаційного суспільства, але, розпочавши жити у цифровому світі, ми не бачимо головного – невміння так само бути політично активним і у реальному житті, висловлювати і аргументувати свою позицію не віртуально, а реально існуючому опоненту, за допомогою вербальної і невербальної комунікації.

До інноваційних інститутів політичної соціалізації часто відносять також засоби масової інформації. Незважаючи на те, що вони як форма передачі інформації, форма комунікації існують достатньо давно, у якості агента політичної соціалізації ЗМІ почали розглядати відносно недавно.

Засоби масової інформації є важливим інститутом політичної системи. Вони передбачають собою установи, створені для публічної передачі різноманітних інформаційних компонентів за допомогою спеціального технологічного інструментарію.

Історичний досвід демонструє, що засоби масової інформації (комунікації) здатні послугуватися різним політичним цілям: просвітництву людей, формуванню в них почуття власної гідності, стремління до свободи і соціальної справедливості, а також духовному поневоленню, дезінформації та залякуванню, розпаленню міжнародної ненависті, поширенню недовіри і страху, тобто вони є повноцінним інструментом реалізації політичного процесу. ЗМІ відіграють велику роль у формуванні суспільної свідомості, тим самим, соціалізуючи особистість. Цей процес безпосередньо впливає на формування у громадян власної соціально-політичної позиції, вибір моделі політичної поведінки відносно політичної системи і влади. Відповідно, саме засоби масової інформації напряму можуть здійснювати вплив на формування адаптаційного та конфронтаційного типу політичної поведінки [10, с.73].

ЗМІ нерідко виступають важливим джерелом національної та культурної соціалізації, а також інструментом виховання політичної культури. Однак, зважаючи на свою специфіку, ступінь ефективності мовлення тієї чи іншої інформації буде залежати і безпосередньо від адресата – особи, яка отримує інформацію, аналізує її і на основі власних розумових операцій, досвіду робить висновки та формує думку, ставлення до тих чи інших подій, інформації.

Окрема роль засобам масової інформації – друкованим, електронним, аудіовізуальним, зовнішнім – належить під час виборчих кампаній. У такі періоди вони виконують функцію не лише реклами партій, кандидатів (політичної реклами), а і соціалізують людину, невідомо примушуючи її аналізувати зміст поданої інформації, оцінювати, робити висновки, у відповідності до яких і робити виважений вибір.

Саме тому, на основі сказаного вище, можна виокремити політичну рекламу як окремий інноваційний інститут, агент політичної соціалізації. Загалом, політична реклама – це форма та засіб політичної комунікації в умовах вибору, адресний вплив на електоральні групи в лаконічній, оригінальній, у формі, що легко запам'ятовується. Також політична реклама відображає суть політичної платформи певних політичних сил, налаштовує виборців на їхню підтримку, формує і впроваджує в масову свідомість, певне уявлення про характер цих політичних сил, створює бажану психологічну установку на голосування. На основі визначення добре прослідковується тенденція, що політична реклама спрямована на встановлення плідної комунікації між її авторами та кінцевими споживачами. Процес же її «реалізації» як раз і надає можливості потенційним виборцям, тобто особам, віком від 18 років, сприймати, аналізувати подану інформацію, меседжі суспільству та окремим його категоріям, тим самим, набираючись політичного досвіду. З часом, за допомогою інших інститутів, процес політичної соціалізації почне давати результати, і аналіз та вірне тлумачення суті політичної реклами стане одним із них.

Висновки. Агенти політичної соціалізації роблять цей процес більш доступним та полегшеним для сприйняття. З часом, іде вдосконалення існуючої системи політичного виховання, і до неї починають належати якомога більше нових агентів – інноваційних інститутів політичної соціалізації. В Україні до них можна віднести ЗМІ, Глобальну мережу Інтернет, політичну рекламу, участь молоді у громадських організаціях, політичних і неполітичних рухах, інших інститутах громадянського суспільства. Доступ до них та участь у їх діяльності дає змогу молодій людині швидше отримати набір теоретичного матеріалу та практичних навичок, реалізувати їх у своїй діяльності тощо. Це сприятиме досягненню ключової мети соціалізації – досягненню високого рівня політичної культури та формування раціональної політичної поведінки особи.

Перспективи подальших наукових досліджень. На нашу думку, майбутні наукові дослідження у напрямку інноваційних агентів соціалізації можна зосередити щодо електронних засобів масової інформації та соціальних мереж. Саме вони у сучасному світі відіграють провідну роль, надаючи молодій людині повний доступ до інформації про будь-які події в місті, країні, світі тощо. Вивчення їх ролі саме у якості агентів соціалізації дасть змогу глибше зрозуміти його важливість саме на сучасному етапі.

Бібліографічний список:

1. Стельмах В.О. Політична соціалізація як інструмент утвердження політичних цінностей [Електронний ресурс] / В.О. Стельмах – Режим доступу: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Polzap/2011_3/11svoudc.pdf

2. Москаленко В.В. Соціальна психологія. [підручник] / В.В. Москаленко. – Видання 2-ге, виправлене та доповнене. – К. : Центр учбової літератури, 2008. – 688 с.
3. Кіндратець О.М. Формування суспільства сталого розвитку: 5. проблеми і перспективи: [монографія] / О.М. Кіндратець. – Запоріжжя : Видавництво Запорізької державної інженерної академії, 2003. – 383 с.
4. Краснокутська Ю.С. Інтернет як агент політичної соціалізації. [Електронний ресурс] / Ю.С. Краснокутська. – Режим доступу: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Gileya/2012_66/Gileya66/P8_doc.pdf
5. Вартанова Е.Л. Конвергенция как неизбежность. О роли технологического фактора в трансформации современных медиасистем / Е.Л. Вартанова // От книги до Интернета: журналистика и литература на рубеже нового тысячелетия. [отв. ред. Я.Н. Засурский, Е.Л. Вартанова]. – М. : Изд-во МГУ, 2000. – 121с.
6. Рудницька Т. Інтернетизація як початковий етап входження України у світову спільноту, що глобалізується: позитиви і ризики / Т. Рудницька // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. – 2004. – №1. – С. 73-88.
7. Інтернет-користувачі в Україні. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zhzh/info/news/2009-03-27-484/>
8. В Украине насчитывается почти 20 млн интернет-пользователей [Електронний ресурс]. –Режим доступу: <http://itc.ua/news/v-ukraine-naschityivaetsya-pochti-20-mln-internet-polzovateley/>
9. Иванов Д.В. Виртуализация общества / Д.В. Иванов // Социология и социальная антропология. СПб., 2000. – 180с.
10. Дембицька Н.М. Проблема политической социализации молодежи в условиях трансформации украинского общества / Н.М. Дембицька // Теоретические проблемы генетической психологии.: Материалы Международной научной конференции. – К.: Миллениум, 2002. – 141с.