

Выводы

Связь человека и культуры взаимна, в силу чего человек одновременно выступает в своей истории и творением, и творцом культуры. Современная эпоха, несмотря на господство «массового человека», технизм, цивилизационную комфортность «внешних» условий, в понимании культуры сориентирована на ценностное измерение бытия, смысловое понимание культуры. Отсюда, как в западноевропейской философии, так и в традиции Серебряного века просматриваются тождественные тенденции на критику современной цивилизации, массового человека, поиск путей к диалогической культуре. Такая ориентация проявляется в концепциях культуры представителей Серебряного века, религиозных по форме, но в содержательном отношении открывающих пути к утверждению приоритетов культуры личности, культуры духовности, сориентированных на абсолютные ценностные начала, утверждение «цельности жизни» в противовес «трансцендентализму» и «эмпиризму», характерных для современности.

Т.Д. Суходуб
АНАЛІТИКА КУЛЬТУРИ В ФІЛОСОФІЇ СРІБНОГО ВІКУ

В статті аналізуються соціокультурні ідеї представників російського Срібного віку, що мають актуальне значення для сучасної епохи.

T. Sukhodub
THE ANALYTICS OF CULTURE IN THE PHILOSOPHY OF "SILVER AGE"

The article deals with the problem of social and culture ideas of representatives Russian "Silver age". These ideas have actual meaning for contemporary epoch.

УДК 130.2:004.738.4(045)

С.М. Іщук, аспірант

МЕРЕЖА ЯК ПРОСТІР ГІПЕРТЕКСТУАЛЬНОСТІ В КОНТЕКСТІ КУЛЬТУРИ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ЕРИ

Гуманітарний інститут Національного авіаційного університету

У статті аналізуються трансформації феномену гіпертекстуальності в комунікаційному просторі Інтернету. Обґрунтовується їхній вплив на сучасну культуру.

Вступ

Останні десятиліття проблеми, пов'язані з комунікацією у мережі Інтернет привертають пильну увагу філософів, представників різних галузей філософського знання. Дослідницький інтерес до даної проблеми виник завдяки стрімкому розвитку інформаційного суспільства, в тому числі й через посилення ролі комунікаційних технологій у різних сферах соціальної взаємодії.

Вплив Інтернету на сучасну культуру є неоднозначним. З одного боку, він спростив та пришвидшив доступ до інформації, започаткував індустрію інтерактивного відпочинку, зробив можливим миттєве спілкування між розділеними значною відстанню людьми, а з другого боку, перетворив людей на номад – кочівників просторами гіперреальності, породивши нові форми спілкування, а отже, нові способи організації текстової інформації. Ці обставини, а також кардинальний вплив Інтернету на свідомість сучасної людини, спонукають до дослідження феномену гіпертексту як вияву культури постмодерну.

Постановка завдання

Метою даної публікації є виявлення культуроформуючих функцій сучасної гіпертекстуальності через дослідження її трансформацій у мережі Інтернет.

Список литературы

1. *Межуев В.М.* Идея культуры. Очерки по философии культуры. – М.: Прогресс-Традиция, 2006. – 408 с.
2. *Хайдеггер М.* Время картины мира // Хайдеггер М. Время и бытие: Статьи и выступления: Пер. с нем. – М.: Республика, 1993. – С.41-62.
3. *Бердяев Н.А.* Смысл истории. – М.: Мысль, 1990. – 175 с.
4. *Бердяев Н.А.* Философия неравенства. Письма к недругам по социальной философии. Изд. второе исправленное. – Париж: YMCA-PRESS, 1970. – 244 с.
5. *Зеньковский В.В.* Наша эпоха // Зеньковский В.В. Русские мыслители и Европа / Сост. П.В. Алексеева; Подгот. текста и примеч. Р.К.Медведевой; Вступ. ст. В.Н. Жукова и М.А. Маслина. – М.: Республика, 2005. – 368 с. – С. 308-345.
6. *Зеньковский В.В.*, проф. Проблемы воспитания в свете христианской антропологии. – Париж: YMCA PRESS, 1934. – 267 с.
7. *Зеньковский В.В.*, проф. Дар свободы. – Париж: YMCA PRESS, 1928. – 24 с.
8. *Ильин И.А.* Основы христианской культуры // Ильин И.А. Одинокий художник. Статьи, речи, лекции / Сост., предисл. и примеч. В.И. Белов. – М.: Искусство, 1993. – 348 с. – С.291-336.
9. *Ильин И.А.* Искусство и вкус толпы // Ильин И.А. Одинокий художник. Статьи, речи, лекции / Сост., предисл. и примеч. В.И. Белов. – М.: Искусство, 1993. – 348 с. – С.256-261.

Аналіз публікацій

Гіпертекст як закономірний продукт сучасної культури тією чи іншою мірою досліджується представниками різних напрямів сучасної філософії. Зокрема, представник структуралізму Ж. Женнет розглядає гіпертекстуальність у дещо обмеженому виразі – як обопільне накладання й трансформацію текстів. Представник постструктуралізму Р. Барт описує так званий „ідеальний текст”, що не має початку, але містить множинні входи й пронизаний значною кількістю зв'язаних між собою складних ходів. На його думку, будь-який текст є простором сходження „цитат без лапок” та „між-текстом” стосовно будь-яких інших текстів. Про деконструкцію, нелінійність письма як про закономірне явище сучасної культури пише постструктураліст Ж. Дерріда.

В контексті нашої проблеми на особливу увагу заслуговують ідеї номадології, висунуті Ж. Дельюзом і Ф. Гваттарі. Вони описують процес виникнення нового типу книги – книги-кореневища як втілення постмодерністської, різноманітної свідомості. На відміну від класичної книги (книги-кореня, книги-дерева), цей новітній, „машиноподібний” тип книги відрізняється відсутністю єдиного центру репрезентації та розмиванням орієнтирів „автор-суб'єкт” і „світ-об'єкт”.

Вплив гіпертекстуальності на свідомість сучасної людини та долю цивілізації обґрунтовує У. Еко. Філософ досліджує феномен так званого „відкритого” тексту, який працює тоді, коли кожна інтерпретація відображається в інших інтерпретаціях. Також до проблеми функціональності та типології гіпертексту звертаються сучасні російські науковці О. Баранов, М. Візель, В. Епштейн, В. Руднев, М. Суботін тощо.

Основна частина

Дотепер у філософській літературі не існує єдиного визначення гіпертексту. Серед основних підходів до цього феномену виокремимо бачення гіпертексту як:

- особливого різновиду тексту, відмінного за своїми якостями від класичного тексту, репрезентованого гуттенбергівською традицією книгодрукування;
- особливого типу організації тексту;
- нового способу та технології розуміння тексту.

Найчастіше під гіпертекстом розуміють форму організації текстового матеріалу, за якою матеріал організовується не в лінійній послідовності, а як система вказаних переходів між ними, що дозволяють читати текст у будь-якій послідовності, утворюючи різні лінійні тексти. Показово, що латинський за походженням термін „гіпертекст” складається з двох нерівнозначних за онтологічною цінністю компонентів, один з яких фіксує родові, а другий – специфічні ознаки даної мовної одиниці. Основа – корінь „текст” буквально перекладається як тканина сплетення. Сучасний філософ і культуролог В. Руднев стверджує, що етимологія слова „текст” є досить складною й передається через три семантичних маркери: 1) те, що створене, зроблене людиною, неприродне; 2) зв'язність елементів всередині цього зробленого; 3) вмільсть цього зробленого [5, с. 53]. Втім найчастіше під текстом розуміють поєднану смисловим зв'язком послідовність знакових одиниць, найважливішою рисою якої є зв'язаність та цілісність. Префікс „гіпер” підсилює зазначені ознаки, перетворюючи його на складний текст, тобто текст, зв'язаний посиланнями з іншими текстами.

У такому значенні це слово було введено в 1965 році Т. Нельсоном, який під гіпертекстом розумів непослідовний і розгалужений запис, відмінний за своїми сутнісними ознаками від класичного, лінійного тексту як такого, що читається послідовно. Важливим є його пояснення антропологічних засад лінійного та нелінійного тексту. Класичне письмо є лінійним через те, що воно, по-перше, є похідним від мови, а по-друге, тому що книги зручно читати спочатку до кінця, а не в інший спосіб. Якщо звичайний текст ґрунтується на наслідуванні людської мови, то гіпертекст – на наслідуванні людської свідомості. Протоформою гіпертексту виступають людські думки, непослідовні та пов'язані численними переходами. Отже, гіпертекстуальність є органічною для людини формою нелінійної текстуальності, що дозволяє долучити її до процесу передачі та збереження інформації в найкращий для людства спосіб. Аксиологічний вимір філософсько-технічної концепції Т. Нельсона полягав в ідеології швидкого і максимально повного доступу до інформації для якомога більшої кількості людей. Це означало, по-перше, мінімізацію зусиль, необхідних для пошуку інформації з метою звільнення часу, по-друге, мож-

ливість рівного доступу до інформації для всіх членів суспільства. Технологічно це здійснювалося завдяки еволюції й розширенню інформаційного тіла системи без зміни її основи. Доступ до „фундаментальної одиниці” інформації, якою вважався документ відбувався через систему пов'язаних між собою „вікон”, що забезпечували миттєвий доступ до потрібної інформації. Документ, заснований на системі текстів, зв'язаних між собою посиланнями, й одержав назву „гіпертекст”..

Елементами гіпертексту виступають сторінки, статті, розділи тощо. В Мережі його субстанціями є Web-публікації, сайти або Web-сторінки, а також мова гіпертексту HTML. Технологічно гіпертекстуальність у Мережі забезпечується завдяки численним гіперпосиланням, що функціонують за тематикою, індексами, бібліографічними вказівками читання інформації тощо. Розрізняють так звані локальні та глобальні гіперпосилання. До локальних належать посилання на інші частини одного й того ж документа, його зміст або інший розділ. Глобальними вважаються посилання на автономно існуючі документи, розміщені поза межами вихідного. Це надзвичайно полегшує доступ до інформації та детермінує посилення інформаційної компоненти культури доби постмодерну. Разом із цим, у зв'язку з недостатністю технологічного розвитку окремих країн світу, з'являються передумови для посилення їхньої культурної ізоляції.

Функціонування гіпертексту в Мережі здійснюється завдяки системі управління гіпертекстом. До рис гіпертекстової інформаційної системи (гіперпростору) належать:

1) структурний аспект, відповідно до якого система має два компоненти: інформаційні одиниці або „вузли”, що містять інформацію та дуги, які встановлюють структурні та смислові зв'язки між вузлами;

2) функціональний аспект, що передбачає наявність, по-перше, інструментальних засобів підтримки авторської діяльності, по-друге, засоби для броуінга;

3) візуальний аспект управління гіперпростором передбачає пряме маніпулювання на екрані монітора символами позамовних об'єктів.

Парадигма гіпертекстуальності впливає з активної роботи користувача в інтерактивному режимі. Центральним поняттям концепції гіпертексту в Мережі є поняття навігації – керування процесом переміщення інформації в гіперпросторі із довільного вузла до вузла прибуття за допомогою броуінга. Під броуінгом розуміють, по-перше, процес швидкого пошуку та ознайомлення з інформацією, а по-друге, спроможність людини до сприйняття цієї інформації в процесі цього перегляду.

Показово, що „застосування інформаційно-комунікаційних технологій у процесі функціонування феноменів масової культури суттєво поглиблює її невизначеність, різноморфність, символічний характер [3, с.144]. Разом із цим гіпертекст втілює основні світоглядні установки постмодерну – різоматизм, плюралізм, фрагментарність, інтертекстуальність, тощо. До універсальних ознак гіпертексту належать: різноматизм і мультимедійність тощо.

Як зазначають сучасні філософи-постмодерністи, різоматизм гіпертексту означає його сітковидну структуру, що розростається в ширину, коли „будь-яка

точка різоми може бути й повинна бути зв'язана з будь-якою іншою, на відміну від дерева або кореня, які фіксують порядок загалом" [2, с. 12]. Децентралізація тексту робить неможливим ієрархічне підпорядкування його частин. У такий спосіб через значну кількість посилань відбувається не лише розпорощення текстового матеріалу, але й розсіювання сенсу головної ідеї. Децентралізація посилюється й через своєрідність прочитання інформації читачем, який створює власну „історію” посилань, тобто власний текст. Він обирає спосіб, послідовність та міру залучення до окремих сегментів інформації, а також може повертатися до попередніх посилань і створювати на екрані комп'ютера мікс із прочитаних раніше та відкритих нещодавно текстів..

Фрагментарність гіпертексту пов'язана з подекуди еkleктичним принципом підбору інформації в Мережі, а також із поліваріантністю доступу до основної інформації завдяки множинності гнізд – вікон доступу. Дана обставина дозволяє розривати „тканину” інформації в будь-якому місці, тим самим спотворюючи її адекватне засвоєння. Різноманітність і мультимедійність гіпертексту розкривається через різноманіття засобів впливу на читача – споживача інформації. Маються на увазі не лише візуальні чи слухові засоби впливу, але й вибір стилістики викладу, шифру, верстки, ілюстрацій тощо.

Гіпертекст є інваріантом інтертексту. Нагадаймо, що під інтертекстом, у широкому сенсі цього слова розуміють текст, який має слід (сліди) інших текстів. У даному випадку йдеться не лише про змістовне наповнення, але й про його спроможність бути носієм культурних кодів цих текстів. Ці риси повною мірою притаманні гіпертексту, який є простором сходження цитат, а значить – простором перетину цінностей різних культур.

З діалогічним характером інтертекстуальності пов'язане заперечення індивідуальності автора. Показово, що процеси створення і введення гіпертексту в англomовній літературі одержали назву „authoring” – авторська діяльність. У даному випадку під авторською діяльністю розуміють широке коло дій: трансформацію звичайного документу в гіпердокумент, подачу оригінального матеріалу в гіпертекстовій формі, створення електронної бібліотеки, сайту або тематичної бази даних тощо. Втім у процесі гіпертекстової комунікації в Мережі відбувається не тільки „смерть автора”, але й його деперсоналізація не лише в класичному, а й в юридичному значенні (проблема авторського права в Мережі).

До ознак інтертекстуальності відносять також незавершеність і незакритість тексту, які повною мірою притаманні гіпертексту. Він є перманентно „відкритим”, незавершеним, адже його закінчення губиться в неосяжній перспективі людської творчості.

Гіпертекст є простором свободної людської творчості як результату свободної комунікації. До певної міри він є продуктом, невразливим для критики. Це пов'язано з неможливістю здійснення рефлексії над гіпертекстом як із боку самої людини, яка повсюдно та спонтанно обирає ті чи інші посилання, так і критики з боку стороннього, якому недоступне цілісне полотно гіпертексту як об'єкта цієї критики.

Гіпертекстуальність тісно пов'язана з нашою

спроможністю створювати нові тексти, тому її відрізняють від нашої здібності до їхньої інтерпретації. Але чи настільки чіткою є межа між гіпертекстуальністю та інтерпретацією? З цього приводу важливою є думка У. Еко, який поділив гіпертексти на кінцеві й граничні, безкінечні й граничні та безкінечні й безмежні. До перших він відніс текстуальні гіпертексти – художні твори, написані в формі гіпертексту, що створюють текстуальний універсум, потенційно відкритий для множинності інтерпретацій. До других – енциклопедичні та лінгвістичні системи – сувої знань, які слугують довідковим та консультативним цілям. Треті, безкінечні та безмежні, – тексти в Інтернеті як своєрідний джеймсейшн та квінтесенція свободної колективної творчості [6]. На наш погляд, наслідком такої колективної творчості є розмивання межі „автор-читач”. До позитивних наслідків такої співтворчості віднесемо плюралізм та різносторонній погляд на проблему, до негативних – її нерівномірне висвітлення тих чи інших проблемних питань. Культуротворчий потенціал зазначених рис гіпертекстуальності полягає в їхній спроможності породжувати сленги, інваріанти мовних одиниць професійної лексики й загалом формувати субкультуру користувачів Мережі.

Інша спроба типологізації гіпертекстів належить сучасному російському досліднику цієї проблеми М. Візелю, який розрізняє: художні/нехудожні (довідкові) гіпертексти та ізолювані/мережеві гіпертексти. Якщо перші своїм носієм мають компакт-диски, то другі – „живуть” у Мережі, а відтак – доступні для одночасного прочитання багатьма користувачами. За ступенем фіксованості й можливості інтерпретацій цей автор виокремлює гіпертексти тільки для читання, читання з коментарями, читання й письма. Як справедливо вважає М. Візель, хоча в Мережі розповсюджені всі різновиди гіпертекстів, вона функціонально більше орієнтована на читання з коментарями [1].

За способом репрезентації інформації розрізняють звичайні та креалізовані гіпертексти. Якщо звичайний гіпертекст представлений вербальною інформацією, то креалізований гіпертекст є негомогенним за своєю структурою і складається з вербальної та невербальної частин. Якщо у повсякденному спілкуванні до невербальних засобів комунікації відносять жести, міміку, інтонацію, погляд, то в Мережі застосування вербальних і невербальних засобів комунікації має свою специфіку, яка полягає в можливості використання тексту, схеми й навіть відео зображення з метою найбільш повного донесення інформації до її споживача.

За просторовими зв'язками розрізняють ієрархічні (прості) та мережеві (складні) гіпертексти. Ознакою простих гіпертекстів вважають обмежену можливість переходу між його складовими, коли ці складові підпорядковані одна одній, тобто існують основний і підрядні тексти. У випадку складного гіпертексту, яким є гіпертекст у Мережі, базовий текст відсутній, натомість існують численні можливості переходу між різними текстовими фрагментами. За таких умов „ієрархія” текстової інформації детермінується вибором індивіда-читача.

За часовими зв'язками розрізняють: статичні (тексти жорсткої структури) та динамічні (тексти м'якої

структури) гіпертексти. Ознакою статичних гіпертекстів є фіксованість „тіла” інформації, що означає неможливість із боку читача внесення будь-яких структурних чи змістовних змін в оригінальний текст. Динамічні гіпертексти є відкритими системами, орієнтованими на процес перманентного оновлення інформації, в тому числі, за допомогою читачів. Показово, що хоча інформаційний простір Інтернету містить тексти жорсткої структури (енциклопедії, словники, художні твори), але загалом він є відкритою системою, зорієнтованою на аналіз та обмін інформацією розважального чи прикладного змісту.

Гіпертекстуальність виступає інваріантом інтертекстуальності. Відтак вона є простором не лише сходження цитат, але й генерування смислів. У феномені гіпертекстуальності відбувається заперечення індивідуальності автора. Це сприяє оновленню розуміння розвитку культури, підсилює уявлення про актуальність культури, яка формується тут і зараз, в процесі Інтернет-комунікації. Беручи за основу класифікацію функцій інтертексту, що запропонована Н. Муравйовою, [4] спробуємо окреслити функції гіпертекстуальних повідомлень в мережі Інтернет. На наш погляд, до цих функцій належать:

1) апелятивна функція, що виявляється в спроможності текстового повідомлення наказувати людині чинити ту чи іншу дію. Маються на увазі певні пізнавальні уподобання читача. Дана функція реалізується через систему посилань, які орієнтовані на конкретного адресата, який може розрізнити й зрозуміти інтенцію цих посилань. Специфіка виявлення цієї функції в Глобальній мережі неможлива без локальних та глобальних гіперпосилань, що, поперше, виступають дороговказами на шляху пошуку необхідної інформації, а по-друге, сприяють утворенню віртуальної спільності людей, захоплених об'єднавчою проблематикою, наприклад, у випадку віртуальних форумів;

2) фатична функція дозволяє засвідчити факт комунікації у вигляді привітань та побажань. Ця функція пов'язана з попередньою й ґрунтується на спроможності суб'єктів спілкування диференціювати співбесідника за принципом „свій-чужий”. У мережі цей процес може бути чітко детермінованим, наприклад, коли своїми визнаються прихильники якогось художнього жанру, чужими – ті, хто такими прихильниками не є.

Дана функції гіпертексту сполучена з його спроможністю бути фоном для реалізації принципу інтерсуб'єктивності, тобто генерувати спільність сприйняття й розуміння світу певною кількістю індивідів. Ідеться про можливість поєднання двох стратегій буття – індивідуальної ініціативи та бажання створити спільну з іншими людьми „домівку буття”. Наприклад, коли виникає ситуація одночасного перетину потоків свідомості духовно споріднених людей або людей, які опинилися в схожих життєвих обставинах. У просторі гіпертекстуальної комунікації така можливість здійснюється за вектором „сучасник-сучасник”, як діалог однодумців на всіляких світоглядно-дискусійних форумах та за вектором „сучасник-попередник”, у випадку тріналежного різним епохам діалогу ідей;

3) поетична (розважальна) функція випливає із спроможності повідомлення викликати зацікавленість і інтелектуальний азарт, коли перехід від одно-

го гіперпосилання до іншого сприймається читачем як захоплююча гра. Розважальність віртуальної текстуальності пов'язана не лише зі змістом тексту, але й способом і умовами його прочитання, до яких віднесемо звільнення людини від наявних соціальних ролей і стереотипів;

4) реферативна функція репрезентує спроможність повідомлення передавати інформацію про зовнішній світ й, насамперед, про культурні явища. В Мережі перехід від одного гіперпосилання до іншого автоматично активізує, розширює або уточнює зміст інформації, розміщеної в попередньому „вузлі”. Опираючись на ідеї номадології, варто порівняти такий спосіб засвоєння інформації з поведінкою кочівника. Саме кочівникам рух та швидкість пересування дозволяють опанувати якомога більші території. Разом із цим для них земля перестає бути землею, стає лише ґрунтом під ногами. Насправді Мережа, з одного боку, забезпечує миттєвий доступ до інформації, а з другого – відбувається своєрідне „ковзання” по поверхні інформації, коли читач прагне „схопити” її загальну спрямованість, а не вчитися в зміст і осягнути сутність;

5) метатекстова функція, пов'язана з можливістю для читача, що впізнав деякий фрагмент тексту, читати його далі або з метою більш детального вивчення проблематики звернутися до тексту-джерела. У випадку віртуального гіпертексту йдеться про замасковану численними гіперпосиланнями на різні текстові документи відсутність такого тексту-джерела;

6) експресивна функція – текст як самовираження автора, спроможність для автора тексту за допомогою посилань засвідчувати свої культурно-семіотичні орієнтири або прагматичні настанови.

Окрім зазначених до соціальних функцій гіпертекстуальності віднесемо її спроможність орієнтувати суспільство на множинні потоки інформації, а відтак – бути каталізатором розвитку не лише інформаційного суспільства, але й ідеологічного плюралізму та демократії.

Висновки

Гіпертекстуальність у Мережі є втіленням різоматизму, плюралізму, фрагментарності, інтертекстуальності як основних характеристик культури постмодерну. Специфіка гіпертекстуальності в Мережі пов'язана із залученням технологічної компоненти до системи управління гіпертекстом, що значно пришвидшує, урізноманітнює та розширює можливості доступу до інформації. Мережа є простором безмежних та безкінечних; художніх та нехудожніх; здебільшого орієнтованих на читання й письмо та читання з коментарями; креалізованих; складних; динамічних гіпертекстів. Як інваріант інтертексту гіпертекст виконує апелятивну, фатичну, поетичну, реферативну, метатекстову, експресивну функції, що дозволяє вважати його суттєвим впливовим культуротворчим чинником.

Список літератури

1. *Визель М.* Последние романы Итало Кальвино как образцы гипертекста// Режим доступа до зб.: <http://www.gals2000.newmail.ru/Vizel.htm>.
2. *Делез Ж.* Гватарри Ф. Ризома // *Философия эпохи постмодерна.* – Минск: Красико-принтер, 1996. – С.6-31.
3. *Дротянко Л.Г.* Масова культура в інформаційному суспільстві// *Вісник Національного авіаційного університету.* Серія: Філософія. Культурологія. – 2009.- № 1(9). – К.: „НАУ-друк”. – С. 141-144.

4. Муравьева Н.В. Язык конфликта/ Н.В. Муравьева// – Режим доступа до зб.: <http://www.fixed.ru/sod/2006/01/htm/>
5. Руднев В.П. Словарь культуры XX века. – М.: Аграф, 1997. – 384 с.

6. Эко У. От Интернета к Гуттенбергу: текст и гипертекст// Отрывки из публичной лекции Умберто Эко на экономическом факультете МГУ/ <http://www.futura.ru/index.php3?idart=135>

С.М. Ищук

СЕТЬ КАК ПРОСТРАНСТВО ГИПЕРТЕКСТУАЛЬНОСТИ В КОНТЕКСТЕ КУЛЬТУРЫ ИНФОРМАЦИОННОЙ ЭРЫ
В статье рассматривается феномен виртуальной гипертекстуальности. Предпринимается попытка типологизации гипертекстов в сети Интернет.

S. Ischuk

NETWORK AS A HYPERTEXTUALITY SPACE IN THE CONTEXT OF CULTURE IN THE INFORMATION ERA
The article deals with the phenomenon of virtual hypertextuality. A typologization of hypertexts in the Internet is attempted.

УДК 130.2(045)

Т.М. Кучера, аспірантка

РЕГІОНАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ЄДИНОЇ НАЦІОНАЛЬНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ: СОЦІАЛЬНО-ФІЛОСОФСЬКИЙ АНАЛІЗ

Національний педагогічний університет імені М.П.Драгоманова, e-mail: vot2008@ukr.net

Стаття присвячена дослідженню регіональних особливостей у формуванні єдиної національної ідентичності.

Вступ

Специфіка процесу формування національної ідентичності прямо пов'язана із етнічними ідентичностями громадян, які водночас є представниками різних етнічних груп і мають компактно, як правило, прикордонне розселення: румуни, молдавани, угорці, кримські татари, білоруси, болгары, поляки та інші. Характерною рисою формування національної ідентичності громадян сучасної України є істотна різниця в тому, як відбуваються ці процеси в окремих регіонах, серед різних етнічних груп, оскільки часом вони орієнтовані на інші держави, а відповідно і на інші національні ідентичності, що ускладнює поширення на ці етноси єдиної української національної ідентичності.

Постановка завдання

З проведеного аналізу випливає мета нашого дослідження: дослідити

регіональні особливості у формуванні єдиної національної ідентичності. Соціально – філософський контекст проблематики: необхідність збереження цілісності держави та її зміцнення, становлення громадянського суспільства, знаходження місця країни у системі культурних і геополітичних координат – зумовлює необхідність вироблення адекватної політики щодо кризових явищ, помітних в українській національній ідентичності. Об'єктивно існуючі територіально-регіональні розбіжності підсилюються економічною кризою, що, поряд з іншими факторами (етнічною структурою населення, історичними традиціями, конфесійною приналежністю, техногенними розходженнями тощо), відбиваються на особливостях соціальних та політичних інтересів. Нерозв'язані питання соціально-економічного, правового, культурно-етнічного характеру підсилюють відцентрові тенденції, процеси регіоналізму, перетворюють їх на одну з найскладніших проблем внутрішнього життя країни.

В умовах державної незалежності з'явилися належні умови та важелі для реалізації національних інтересів у внутрішній і зовнішній політиці держави.

Здобуття Україною незалежності вплинуло на зміни в системі ідентичностей та актуалізувало пошук нових напрямків мовної, культурної, політико-ідеологічних та геополітичних орієнтацій.

Аналіз досліджень та публікацій

З огляду на це, до феномену ідентичності та питання регіональної специфіки України звертаються вітчизняні дослідники: В. Андрущенко, В. Барков, В. Білодід, М. Булатов, М. Братасюк, Г. Волинка, В. Горський, В. Загороднюк, С. Кримський, В. Лях, М. Михальченко, М. Мокляк, В. Навроцький, І. Предборська, Т. Розова, В. Табачковський, О. Ткаченко, В. Шинкарук, О. Ярош та інші.

У більшості наявних в Україні досліджень не акцентовано характер взаємозв'язку між націєтворенням в умовах регіоналізації, становленням єдиної національної ідентичності та регіоналізмом.

Теоретичні та практичні аспекти дослідження безпосередньо стосуються проблем зменшення потенціалу негативного прояву регіоналізму – сепаратизму, зміцнення можливостей держави у справі протистояння зовнішньому тиску та залучення до державотворчого процесу представників усіх етнічних груп.

Дослідження з позиції соціально-філософського знання дозволяє виявити найвиразніші регіональні розбіжності в ідентичностях громадян та дослідити специфіку утворення єдиної української національної ідентичності, зокрема через специфіку ідентифікацій різних груп громадян.

Результати досліджень фіксують помітні розходження між різними регіонами в підставових питаннях формування національної ідентичності: в оцінках історичного минулого (політичних діячів різних епох, важливих історичних подій), майбутніх перспектив сучасної України (бажаного соціально-економічного устрою, питань статусу мов, векторів зовнішньополітичного розвитку тощо) [8, с. 23].

Тому відсутність громадянського консенсусу щодо зовнішньополітичного курсу держави, суверенних позицій української держави, збереження її культурної самобутності, вироблення спільних цін