

Школа журналістики УКУ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.journalism.ucu.edu.ua/>

Eternal Word Television Network Україна [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ewtn.org.ua>

Milites Christi Imperatoris [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.christusimperat.org/uk/node/6>

Religions // Web site “Central Intelligence Agency” [Electronic resource] – Mode of access: <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/fields/2122.html#198>

The Global Catholic Population // Web site «Pew Research Center», 13/02/2013 [Electronic resource]. – Mode of access: <http://www.pewforum.org/Christian/Catholic/The-Global-Catholic-Population.aspx>

V. Kryachko. The activities of the Catholic Church in the Ukrainian Internet space: media-educational and ethnic aspects.

In the article an attempt to explicate the media, educational and ethnic aspects of the activities of the Catholic Church in Ukraine is made. The main modern scientific papers and information Internet-resources, which relate to the study of the system of the Ukrainian Catholic Internet space are analyzed as well as the elements of the structure of the latter including the indication of the web addresses of Catholic websites, that are functioning in the media, educational and ethnic Ukrainian Catholic Internet subspaces are identified.

Keywords: Catholics, Catholicism, Ukraine, the Internet space, media space, education, ethnicity.

УДК 316.614.034

Л. А. Дідик

**ІНТЕРНЕТ-КОМУНІКАЦІЇ VS СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ:
ПРИЧИНИ «POPULARIZATION»**

Всесвітня павутина – Інтернет, формує глобальне суспільство і безпосередньо впливає в такому суспільстві на всі сфери життя. Сучасна реальність громадян такого суспільства формується в інтерактивному кіберпросторі. Дослідження соціальних наслідків Інтернет-реальності цікавить сучасних соціологів. Сьогодні в українських користувачів Інтернету набирають популярність соціальні мережі, що говорить про новий етап в онлайн житті України.

Ключові слова: Інтернет, кіберпростір, глобальне суспільство, Інтернет-реальність, інформація, соціальні мережі, Інтернет-користувачі, соціальні сайти, соціальні медіа, Інтернет-охоплення.

Постановка проблеми. Стрімкий розвиток технологій, на яких формується сучасне інформаційне суспільство привело сучасний світ до утворення нової форми суспільства – глобального суспільства, котре формується через комп'ютерні мережі Інтернет. Можливості всесвітньої павутини впливають на різні області життя і діяльності людини, що приводить, в тому числі, і до виникнення нових видів соціальних відносин і організаційних структур.

Інформатизація є закономірним етапом соціально-економічного розвитку будь-якого сучасного суспільства, і все більш настійно постають питання про те, що відбувається з людиною в процесі постійного «інформаційного вибуху», які соціальні та культурні наслідки поширення інформаційних технологій та інфраструктур, в особливості засобів комунікацій.

Інтернет як засіб соціальної комунікації, безумовно, має позитивний вплив на світову спільноту, оскільки дозволяє оперативнo, долаючи простір і час, доносити різну інформацію, сприяє зміцненню зв'язків між людьми, змінює стиль міжлюдських відносин, структури духовного життя, формуванню нового соціального порядку, національного та транснаціонального простору.

Інтернет у цьому відношенні має колосальні можливості, оскільки його вплив поширюється як на країну, її культуру, духовний світ окремого жителя, так і на суспільну та індивідуальну свідомість світової спільноти. Саме тому виникла зараз необхідність у сучасному інформаційному світі глибоко вивчити і усвідомити всі ті зміни, особливо соціальні, які відбуваються у суспільстві в цілому та окремо у кожної особистості. Окрім цього потреба вивчення Інтернету як інтерактивного засобу соціальної комунікації пояснюється неоднозначністю його раціонального використання, блокування або зменшення негативних наслідків його розвитку та поширення, підвищення соціальної ролі та ефективності.

У сучасних умовах, що характеризуються, за словами Д. Белла, переходом від «економізувати» до «соціологізувати» моделі суспільства, дуже важливе розуміння причин тиражування і поширення Інтернет-простору у вигляді соціальних мереж.

Стан вивчення проблеми. Перші публікації з побудови інформаційного суспільства з'явилися на Заході і в Японії на початку 60-х років минулого століття і були розвинені пізніше в роботах Д. Белла, М. Маклюєна, Е. Тоффлера, А. Бергер, Дж. Букалеу і Т. Вулфемейер, К. Нордстрем, Й. Риддерстрале, В. Сороки, С. Бондаренка, С. Туронка.

Д. Белл, М. Маклюен, А. Тоффлер в своїх наукових дослідження робили прогнози про якісні перетворення соціуму на основі інформаційних технологій. На думку Д. Белла, передбачалося досягнення високого рівня інновацій, нова якість управління знаннями, зростаюча цінність індивідуалізації [Вартанова, 2011, с. 48-49]. «Третя хвиля», по А. Тоффлеру, – це «інформаційне суспільство». А. Тоффлер передбачав, що в інформаційному суспільстві будуть складатися нові форми сім'ї, стилі роботи, життя, нові форми політики, економіки, свідомості. Зрозуміло, що це все передбачає нові форми міжособистої, «інтерсуспільної» інтеракції [Вартанова, 2011, с. 49].

М. Маклюен вважається одним з класиків у галузі теорії масових комунікацій. У своїх останніх роботах М. Маклюен показав, що в умовах нового інформаційного середовища і дії електронних мереж має ж бути так, щоб відповідні групи й організації їх будуть використовувати [Сорокіна, 2011, с. 100]. Одним із пріоритетних завдань наукового дискурсу соціологів є вивчення змін, котрі відбувалися у соціальній системі прийняття інновацій. За А. Бергером, це можливий бажаний вплив інновацій на соціальну систему, і, можливий дизфункціональний вплив [Сорокіна, 2011, с. 105]. Дж. Букалеу і Т. Вулфемейер у своїй книзі «Mass Media in the New Millennium: Structures, Functions, Issues and Ethics» аналізуючи зміни функцій «комунікаторів» у новому тисячолітті прогнозують їх позитивний зміст, тому що комунікатори будуть: інформувати, навчати, розважати, слугувати «сторожовим псом» над великим бізнесом і владою, допомагати у створенні суспільних відносин – Public Relations, сприяти соціальним змінам, служити в якості засобів для реклами [Букалеу, 1997].

З самого початку створені соціальні мережі передбачали комунікативно-інформаційну функцію. Термін «соціальна мережа» з'явився задовго до появи Інтернету у 1954 році і означав тісні взаємовідносини між двома і більше людьми. Його запропонував соціолог з «Манчестерської школи» Джеймс Барнс. Хто ввів спілкування в Інтернет у світі – версій багато, однак прийнято вважати, що першим є американський веб-портал Classmates.com, створений у 1995 році Ренді Конрадом, власником компанії Classmates Online Inc [Бергер, 2000]. Інтернет-комунікативний простір – соціальні мережі, на думку Веллман і Б. Берковіц, – це множинність членів суспільної системи, а також сукупність зв'язків між ними. Поведінка індивідів,

включених у мережу, визначається радше структурним тиском, ніж особистими установками [Букалеу, 1997].

Ш. Рафаела, Г. Равида, В. Сороки вважають, що соціальні мережі є істотним елементом віртуального соціального капіталу: «Ми стверджуємо, що читання та реєстрація у форумі створюють соціальну систему, всі учасники якої, і активні, і пасивні, здобувають соціальний капітал шляхом одержання доступу до потрібної інформації, а також вивчаючи соціальні норми, прийняті у віртуальному співтоваристві й за допомогою знайомства з активними учасниками [Социальные сети...]. Як вважають дослідники, віртуальний соціальний капітал співтовариства – це «сукупність особливостей соціальної системи, створеної в результаті діяльності віртуального співтовариства, що призводить до розвитку загальних соціальних норм і правил, які допомагають взаємовигідному співробітництву». Лассуел писав, що «за аналогією з фізичним і людським капіталом, втіленим у знаряддях праці та навчанні, які підвищують індивідуальну продуктивність, «соціальний капітал» утримується в таких елементах громадської організації, як соціальні мережі, соціальні норми й довіра (networks, norms and trust), що створює умови для координації й кооперації заради взаємної вигоди» [Lasswell, 1948].

Метою нашої статті є дослідження певної характеристики соціальних мереж та причин популяризації їх різновидів.

Викладення основних результатів дослідження. Чому користувачі Інтернету вступають у віртуальні співтовариства? Очевидно, що користувачі, орієнтовані на вирішення практичних проблем, розглядають вступ у віртуальне мережеве співтовариство як можливість перебувати в інформаційному середовищі разом з акторами, компетентними у відповідній проблематиці. Як писав Г. Рейнгольд, «Віртуальні суспільства автоматично не виникнуть і не виростуть через те, що власники ресурсу просто додадуть форум або кімнату для бесіди на відповідній сторінці всесвітньої павутини. Зусилля, які привертають увагу людей і стимулюють їхнє бажання брати участь у дискусіях інтернет простору, повинні бути націлені насамперед на те, щоб об'єднати людей. Кваліфіковане сприяння, добре продумані суспільні контакти, соціальні механізми й матеріали мультимедіа для знайомства з новинками у використанні медіа – це і є «суспільна інфраструктура», необхідна для успіху в побудові віртуального

співтовариства, тепер, коли інструментальні засоби стали доступними» [Социальные сети...].

У сучасному світі люди різного соціального рангу і різного віку, з різних країн та з різною освітою і родом занять вільно спілкуються у всесвітній павутинні, знаходять собі друзів, підписуються на цікаві пабліки, щомиті дізнаються щось нове та цікаве з будь-яких сфер життя та діяльності. І це зовсім не означає, що вони безталанно просиджують свій дорогоцінний час у віртуальному світі, при цьому забуваючи про повсякденні радощі життя. Повсякденне життя людей щодня змінюється, еволюціонує, точно така картина спостерігається і у віртуальному житті людини. Як свідчать соціологічні дослідження, то ще два-три роки тому українці більше користувалися електронною поштою заради спілкування та передачі інформації через мережу Інтернет, а вже наприкінці 2011 початку 2012 року на лідируючій позиції по популярності опинилися соціальні мережі, відсунувши на другу позицію електронну пошту (в кінці 2009 року 52% українських Інтернет-користувачів регулярно користувались електронними повідомленнями, проте вже наприкінці 2011 року їхня частка скоротилась до 48%. Утім, майже на аналогічні показники зросла популярність соціальних мереж. Так, якщо в кінці 2009 року лише 31% користувачів Інтернету регулярно заходили до сторінок соціальних мереж, то в четвертому кварталі 2011 року їхня частка зросла до 38%) [Інтернет-моніторинг...]. Соціальні мережі задають обсяги інформації, необхідні й доступні індивідам при прийнятті рішень. При цьому мережі різної щільності по-різному впливають на поведінку людини та її соціальне життя в суспільстві. Включеність у соціальні мережі змушує людей прислухатися до чужої думки й підкорятися чинним нормам, у чому, власне, і проявляється солідарність із групою. У процесі соціалізації групові норми настільки глибоко засвоюються індивідом, що вже не здаються йому чимось нав'язаним ззовні.

Наприклад, спочатку сайт «Однокласники» планувався як можливість пошуку колишніх однокласників та одногрупників, а соціальна мережа «Вконтакте» – як соціальна мережа для випускників російських вузів. З аналогічною метою створювалися Facebook і MySpace. З часом можливості соціальних мереж розширюються, і сьогодні користувачі отримали можливість без будь-яких вікових меж реєструватися в мережах та шукати різних людей без прив'язки до навчального закладу. Соціальні мережі є досить зручним рятівником від самотності для людей, котрі поїхали жити,

працювати чи вчитися до іншого міста або країни. У реальному житті можна не так швидко знайти друзів і налагодити з ними контакти як можна це зробити через Інтернет, а також є можливість підтримувати дружні стосунки із колишніми колегами, однокласниками, одногрупниками та друзями і родичами, котрі мешкають далеко від вас. У мережах шукають не лише колишніх знайомих, а й заводять нові знайомства. Достатньо приємним є можливість в мережах викладати свої фото та переглядати чужі. Соціальні мережі сприяють індивідуальному самовираженню людини. Функції соціальних мереж сьогодні також дозволяють слухати музику, дивитися відео онлайн не витрачаючи час на пошук та скачування цікавих матеріалів [Інтернет-моніторинг...].

Розвиток популярності соціальних мереж у сучасному українському Інтернет-просторі можна аналізувати, спираючись на соціологічні дослідження. Відома соціологічна компанія GFK-Ukraine доводить, що Українські інтернет-користувачі, за власними оцінками, стали витрачати на соціальні мережі суттєво більше часу. Частка тих, хто протягом останнього року збільшив час користування такими сервісами, як Facebook та «ВКонтакте», є відповідно у 2,3 і 1,9 рази більшою, ніж частка тих, хто його зменшив. Лідером за цим розподілом виявилась мережа Linked-In, в якій користувачів, які збільшили час проведення у ній, у 3,5 рази більше, ніж тих, хто його зменшив. Взагалі така тенденція спостерігається щодо всіх сервісів, окрім Livejournal: частка користувачів, які стали проводити у цій мережі менше часу, у 2,5 рази більше частки тих, хто став користуватися нею більше [Інтернет-моніторинг...]. Певною ілюстрацією популяризації соціальних мереж є результати дослідження GFK-Ukraine, щодо мотивації використання Інтернету.

Табл. 1. Мотивація використання Інтернету (динаміка змін за чотири роки)

| Основна мета | 2009 рік | 2010 рік | 2011 рік | 2012 рік |
|---------------------------------------|----------|----------|----------|----------|
| Е-mail | 47% | 52% | 51% | 48% |
| Соціальні мережі як засіб спілкування | 31% | 35% | 38% | 46% |
| Пошук інформації | 35% | 34% | 38% | 41% |

| | | | | |
|-------------------------------|-----|-----|-----|-----|
| Завантаження фільмів, музики | 28% | 34% | 37% | 42% |
| Пошук матеріалів для навчання | 30% | 28% | 27% | 25% |
| Новини | 26% | 26% | 26% | 28% |
| Спортивні і розважальні сайти | 19% | 20% | 20% | 20% |
| Чати і сайти знайомств | 17% | 17% | 15% | 15% |
| Пошук роботи | 11% | 12% | 12% | 11% |

Аналіз презентованих даних дозволяє зробити висновок, що стабільно за чотири роки домінує потреба в Інтернеті як засобу отримання і передачі інформації, до сьогодення, як засобу інтеракції.

Друге місце поділяють (і вони є стабільні за чотири роки) мотивація «Соціальні мережі як засіб спілкування», «Пошук інформації». На третє місце виходять раціональна і дозвольна мотивація: «Пошук матеріалів для навчання», «Завантаження фільмів, музики».

У всьому світі щогодини мільйони людей заходять у соціальні мережі, більшість із них, за результатами соціологічного опитування Дана Бойда Pear Analytics, із метою відчуття «соціальної турботи» та «поінформованості про оточення» (бажання людини знати, що інші, навіть зовсім не знайомі люди, думають, відчувають і роблять). Популярність соціальних сайтів у світовому масштабі постійно коливається, то один, то інший сайт виривається в перед, але станом на перше жовтня 2012 року ми маємо наступну градацію [Социальные сети...]:

Табл. 2. Ієрархія популярності соціальних сайтів у світі (жовтень 2012, Pear Analytics)

| Соціальні мережі | Число користувачів |
|------------------|--------------------|
| Facebook | 1 млрд. |
| Skype | 663 млн. |
| Qzone | 536 млн. |
| Twitter | 500 млн. |
| Google Plus | 400 млн. |

Табл. 3. Ієрархія популярності соціальних сайтів в Україні (липень 2012 року, GFK-Ukraine)

| Популярність соціальних сайтів в Україні | |
|--|-----|
| Соціальні мережі | % |
| Connect.ua | 67% |
| Nabrahabr.ru | 58% |
| ВКонтакте | 47% |
| Facebook | 43% |
| Twitter | 30% |

Як бачимо, за результатами дослідження жовтня 2012 року найпопулярнішою соціальною мережею в Україні є вітчизняна соціальна мережа Connect.ua – її регулярно відвідують 67% респондентів. Аналогічна російська «соціалка» «ВКонтакте» займає третю позицію і складає 47% зареєстрованих українців. Друге місце посіла мережа «Nabrahabr.ru» з 58%, Facebook регулярно відвідують 43% інтернет-користувачів, причому ця соціальна мережа наряду з Twitter має порівняно низькі показники частоти відвідування: четверта частина зареєстрованих зовсім не користуються власними акаунтами у цих мережах [Інтернет-моніторинг...]. На наш погляд це пов'язано зі зручністю використання та комфортністю, оскільки Facebook створювався з розрахунком на користувачів західних країн світу (США, Канада, країни Європи) там часто інформація подається англійською мовою, тому це не дуже зручно для українців, котрі погано володіють іноземними мовами (в переважній більшості) і тому не комфортно почувають на сторінках даної мережі, на противагу українському Connect.ua та російським, які є близькими по менталітету, оскільки створювалися з урахуванням особливостей російського та українського Інтернет-користувача.

За наведеною вище інформацією, ми можемо зробити висновок щодо ієрархії соціальних мереж серед українських Інтернет-користувачів. Популярність тих чи інших видів шуканої інформації та матеріалів мінлива і постійно коливається. Звичайно, підтверджується в даних результатах наведена нами вище інформація про втрату своєї популярності електронної пошти та зростання популярності соціальних медіа, що значно може змінити соціальне життя українців.

Висновки. Таким чином, ми дійшли висновку, що популяризація Інтернету та соціальних мереж зростає, що спонукатиме до об'єктивного

впливу всесвітньої павутини на різні сфери соціального життя українського суспільства, а Інтернет-покриття зростатиме з кожною хвилиною. Також Інтернет необхідний для здійснення специфічного інтерактивного соціального спілкування, без якого людина в інформаційному суспільстві не може повноцінно існувати.

Джерела

Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество: Опыт социального прогнозирования. – Москва : Academia, 1999.

Вартанова Е.Л. Новые проблемы и приоритеты цифровой эпохи // Информационное общество, 2011. – Выпуск № 3.

Інтернет-моніторинг за допомогою Реорле-метрів 2011-2013 рр. // Презентація результатів GfK Ukraine в розділі «Новини та матеріали» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.gfk.ua.

Сорокина Е., Федотченко Ю., Чабаненко К. В социальных сетях // Твиттер – 140 символов самовыражения. – Питер : 2011.

Социальные сети: элемент виртуального социального капитала // Форум по управлению использованием интернета [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.iis.ru.

Berger A. Media and Communication Research Methods. – London : 2000.

Buckalew J., Wulfemeyer T. Mass Media in the New Millennium: Structures, Functions, Issues and Ethics. – USA : 2005.

Lasswell H.D. The structure and Function of Communication in society // The Communication of Ideas. – New York : 1948.

McLuhan. The Medium is the Message / [Electronic resource]. – Mode of access: individual.utoronto.com.

Nregold.W. The Nature of Communication between Humans // The Process and Effects of Mass Communication /Ed. by W.Schramm, D.F.Roberts. Illinois Univ. Press, 1974. Communication of Ideas. – New York : 1948.

Toffler A. Rethinking the Future/ [Electronic resource]. – Mode of access: www.amazon.co.uk 1.

Wellman P. Whirlwind of change in the digital era // Information technology. Financial Times Review, 1997.

L. Didyk. Internet communications vs social networks: the causes of «popularization».

World Wide Web – the Internet, forming a global society and directly has an impact in such a society on all spheres of life. The modern reality of citizens of such a society shaped by interactive cyberspace. Investigation of the social

consequences of Internet reality is interesting to sociology. Today Ukrainian Internet users are gaining popularity social network that signals a new stage in the online life of Ukraine.

***Keywords:** Internet, cyberspace, global society, Internet reality, information, social networks, online users, social sites, social media, Internet coverage.*

УДК 316.612-057.87

К. В. Музиченко

ФЕНОМЕН КІБЕРСОЦІАЛІЗАЦІЇ ПІДРОСТАЮЧОГО ПОКОЛІННЯ

Стаття присвячена проблемам з якими стикається сучасна молодь в процесі їхньої соціалізації в умовах інформатизації суспільства. Розглядається специфіка кіберсоціалізації підростаючого покоління, позитивні та негативні наслідки віртуального спілкування, Інтернет-залежність підлітків та зміни в їхній поведінці і світосприйнятті внаслідок мережеголізму та кіберадикції.

***Ключові слова:** соціалізація, кібер, кіберпростір, кіберсоціалізація, віртуальна реальність, віртуальність, Інтернет-середовище, соціальна мережа, мережеголізм, кіберадикція.*

Постановка наукової проблеми. Останнім часом дослідження діяльності людини, опосередкованої комп'ютерами та іншими елементами інформаційних технологій, є одним з найактуальніших завдань для науки. Соціально-культурні та економічні перетворення, що відбуваються в сучасному світовому співтоваристві, інтенсивно впливають на різні сфери життєдіяльності особистості. У цьому зв'язку набувають нової актуальності проблеми соціалізації людини. Соціалізація являє собою багатоаспектний процес, в ході якого здійснюється прилучення людини до «загального соціального» і постійне відкриття, утвердження себе як суб'єкта соціальної світової культури. Як зазначалося вище, в даний час комп'ютерні технології активно використовуються у всіх сферах життєдіяльності людини. Надзвичайно актуальним, на наш погляд, стає питання кіберсоціалізації (віртуальної комп'ютерної соціалізації), а саме специфіка представленості та впливу факторів кіберпростору на процес соціалізації особистості. Темпи