

СОЦІОЛОГІЧНИЙ АНАЛІЗ АСПЕКТІВ ІНСТИТУАЛІЗАЦІЇ УКРАЇНСЬКОГО СЕГМЕНТУ ІНТЕРНЕТ

У статті окреслено окремі аспекти процесу становлення та функціонування українського сегменту мережі Інтернет як специфічного формально-неформального соціального інституту. Визначено особливості історичного становлення мережі в Україні, представлено порівняльний аналіз статистичних даних щодо кількості користувачів, схарактеризовано перелік базових і похідних послуг Інтернет, визначено його місце у житті сучасного українського суспільства.

Ключові слова: мережа Інтернет, український сегмент Інтернет, соціальний інститут, інституалізація.

В статье рассматриваются отдельные аспекты процесса становления и функционирования украинского сегмента сети Интернет как специфического социального института. Определены особенности исторического становления сети в Украине, представлен сравнительный анализ статистических данных количества пользователей, охарактеризован перечень базовых и производных услуг Интернет, определено его место в жизни современного украинского общества.

Ключевые слова: сеть Интернет, украинский сегмент Интернет, социальный институт, институализация.

The article is sanctified to the separate aspects of institutionalization of the Ukrainian segment the Internet as a specific social institute. In the article the features of the historical becoming of network are examined in Ukraine, the comparative analysis of statistical data of amount of users is presented, the list of base and derivative services is described the Internet, his role is certain in life of modern Ukrainian society.

Key words: Internet, Ukrainian segment Internet, social institute.

Постановка проблеми. Протягом двох останніх десятиліть в Україні, як і у багатьох інших країнах, досить активно розвивається соціологія Інтернет. Інтерес соціологів до проблем становлення, функціонування та розвитку мережі Інтернет визначався необхідністю аналізу технічних та соціально-комунікативних елементів, зокрема, розгалуження телекомунікаційних мереж та міжмережових комунікацій. Цей напрямок галузевої соціології є відносно новою сферою теоретизування, об'єктом дослідження якого виступає інформаційне середовище, а предметом вивчення – аудиторія мережі Інтернет та форми соціокультурної взаємодії між людьми під час обміну соціальною інформацією.

Аналіз наукових досліджень та публікацій. Наявні у 1980-90-х рр. вітчизняні наукові праці, на жаль, не давали цілісного уявлення про соціальні чинники розвитку та використання мережі Інтернет. Наприкінці 1990-х рр. увага науковців була зосереджена на вивченні кількісного та якісного складу аудиторії Інтернет як нового співтовариства, що характеризувалося певними соціальними

критеріями [1].

Сьогодні поширення впливу мережі Інтернет на соціально-економічну сферу стає все більш беззаперечним фактом, що вимагає подальших досліджень перспектив його використання, результатів функціонування та соціальної ролі Інтернет-комунікацій як новітньої форми соціальної взаємодії. Зважаючи на те, що Інтернет створює новий віртуосоціальний простір взаємодії та становить новітній, якісно інший інформаційний ресурс порівняно із традиційними засобами масового впливу, одним з обов'язкових елементів входження України до інформаційного суспільства є обов'язкове ґрунтовне вивчення та удосконалення розвитку мережі Інтернет.

Метою даної статті є визначення окремих аспектів становлення, функціонування та розвитку українського Інтернет як специфічного формально-неформального соціального інституту у межах інформаційного простору країни.

Виклад основного матеріалу. Історія вітчизняного Інтернет починається восени 1990 р., коли група науковців Міжгалузевого Наукового Центру Технології

Програмування «Технософт» на чолі з Ю. Янківським підключилася до світової мережі Інтернет, ставши першим українським абонентом Демос/КІАЕ (мережа RELCOM). Підкорені ідеєю Інтернет, інженери «Технософт» розгорнули перший український вузол RELCOM і навесні 1991 р. почали підключення абонентів України. Першим абонентом вже українського сегменту Інтернет стали співробітники Інституту кібернетики, а вже до кінця 1991 р. вузол «Технософт» обслуговував абонентів не лише Києва, а і багатьох інших міст України.

Історія «виключно українського» домену мережі Інтернет починається восени 1991 р., коли українські фахівці розпочали переговори з IANA про виділення для України власного домену, окремо від загального для всього колишнього Радянського Союзу .su. 1 грудня 1992 р. представник IANA Дж. Постел делегує домен першого рівня коду країни .ua О. Волощуку й І. Свиридову, які на той момент виконували обов'язки адміністраторів української мережі на громадських засадах.

У січні 1993 р. у м. Славське проведено конференцію українських інтернет-фахівців, на якій було делеговано 27 регіональних доменів – для кожної з областей України та окремо для міст Київ і Севастополь.

У 1995 р. адміністратором .UA ccTLD делеговані цільові публічні домени COM.UA, GOV.UA, NET.UA. Домен GOV.UA призначений для обслуговування державних установ та організацій України, що здійснюють свою діяльність відповідно до чинного законодавства України. Домен COM.UA делегований в інтересах заздалегідь невизначеного співтовариства користувачів. Тому публічний домен COM.UA є одночасно доменом загального призначення. Домени третього рівня в домені NET.UA делегуються юридичним особам, які зареєстровані на території України і декларуюють надання мережевих послуг як провідний вид діяльності.

У березні 2011 р. Міжнародна корпорація імен та адрес в Інтернет (ICANN) ухвалила рішення про виділення Україні національного домена .УКР [2], але він стане доступним для рядових користувачів мережі не раніше 2012 р. Причиною такої затримки є необхідність розробки правил реєстрації всередині країни, довготривалість періоду обмеженої реєстрації для торгових марок і т. д. З урахуванням досвіду Росії, наприклад, якій знадобилося рік на реалізацію подібних процедур при виділенні домена .РФ, можна робити прогнози щодо часу розв'язання цієї проблеми в нашій країні [3].

За даними UAnet порталу, у 2010 р. в Україні налічується приблизно 691 провайдер, з них: 108 у м. Київ та 583 у регіонах. Але ці дані не відповідають реальності, зважаючи на те, що існують легальні, напівлегальні та нелегальні оператори мережі, кількість яких достеменно визначити неможливо.

Сьогодні українські провайдери, окрім комутованого та некомутованого доступу до мережі Інтернет,

пропонують своїм абонентам послуги зі зберігання та розміщення інформації, побудови корпоративних мереж, хостингу, колокації тощо. Оптимізація роботи мережі здійснюється, з одного боку, завдяки активному запровадженню технологій ширококутового (оптоволоконного) та бездротового доступу до мережі, а з іншого – за рахунок залучення до ринку надання послуг доступу до мережі Інтернет мобільних операторів.

Згідно з даними Державного комітету статистики України, у січні-квітні 2010 р. доходи провайдерів, порівняно з 2009 р., збільшилися на 29,5 % і склали 1143 млн грн. У 2009 р. динаміка ринку телекомунікацій України вперше була негативною – темпи росту склали – 0,1 % порівняно з показниками попереднього року. Сегмент доступу до Інтернет продемонстрував найбільші темпи зростання порівняно як з іншими сегментами ринку, так і ринку телекомунікацій України в цілому.

На думку аналітиків, зниження темпів обумовлено такими факторами, як збільшення частки приватних абонентів у загальному обсязі абонентської бази, зростання ринку за рахунок обсягів споживання Інтернет-трафіку, застосування демпінгових стратегій, а також скороченням темпів і масштабів будівництва мереж. При цьому в якості стимулюючих факторів зростання ринку ШСД виступили такі фактори, як збільшення частки регіонального наповнення доходів від надання послуг ширококутового доступу, легалізація бізнесу невеликими компаніями, а також зміна технологічної структури ринку в бік превалювання FTT-підключень [4].

Зауважимо, що інформація щодо чисельності користувачів мережі, яка подається різними інформаційними агенціями, дослідницькими центрами, іноді суттєво різниться. Пов'язано це, перш за все, з відсутністю загально визначених методологічних засад оцінки структури мережі Інтернет, яка існує не лише в Україні, а й у всьому світі, – це проблеми формування вибірки, відхилень вибірки, досягнення репрезентативності результатів і т. п. Розробка єдиної методики ускладнюється відсутністю систематизованої інформації про дослідження Інтернет-аудиторії, розрізненістю результатів дослідження з даної теми, проведених різними дослідницькими центрами, а також відсутністю можливості співставлення даних різних джерел і розрахунку динаміки розвитку мережевої аудиторії за наявними даними.

У світовій практиці широко використовуються дві методики медіа-досліджень Інтернет – за допомогою сайтів (site-centric) та користувачів (user-centric). Запропоновані методики дослідження Інтернет-аудиторії мають як низку недоліків, так і ряд переваг. Зокрема, серед недоліків site-centric слід виділити такі, як: обмеження кількості сайтів для розміщення анкет, оскільки на них відсутні лічильники користувачів; відсутність можливості врахування так званого мультикористування (багато точок доступу, що припадають на одного користувача, або ж одна точка доступу для декількох користувачів); можливі

фальсифікації відповідей у онлайн-опитуваннях тощо. Натомість підхід user-centric не має обмежень щодо кількості сайтів-учасників, дозволяє здійснювати контроль якості учасників панельного дослідження, відображає реальну поведінку користувача (мульти-користування), а також надає дані у розрізі поведінкових і споживчих характеристик аудиторії мережі.

Так, Bigmir-Internet здійснює оцінку кількості аудиторії Інтернет за кукісами (cookies), підраховуючи виходи користувачів у мережу з різних комп'ютерів та браузерів – цей підхід часто називають cookies-panel. Провідним недоліком цього підходу є те, що не враховується той факт можливості однієї людини користуватися декількома комп'ютерами для виходу в мережу. Або ж одним комп'ютером одночасно користується кілька осіб – сім'я, учні в одному комп'ютерному класі на різних уроках тощо, яких класифікують як одного користувача.

Натомість, Gemius здійснює фіксацію користувачів мережі завдяки проведенню онлайн-опитувань, вибіркова сукупність яких формується переважно двома способами: анкети викладаються на сайті або групі сайтів, що задовольняють вимогам подібності з генеральною сукупністю користувачів, і/або повноті залучення до дослідження – близько до 100 % користувачів (cookies), і/або концентрації цільової аудиторії опитування на цьому ресурсі; відправлення листів на електронну адресу учасникам (Інтернет-користувачам) онлайн-панельного дослідження відповідно до структури досліджуваної цільової аудиторії [5].

Проведення репрезентативного опитування в мережі Інтернет для всієї генеральної сукупності (населення України) є доволі сумнівним, з огляду на те, що проникнення мережі становить не більше ніж 13 %. Натомість репрезентативність дослідження конкретного співтовариства Інтернет-користувачів країни або регіону забезпечується ір-адресою (унікальна 32-бітна адреса кожного комп'ютера в мережі Internet), що визначає приналежність до країни та регіону. Але зважаючи на те, що ір-адрес не вистачає, цілком зрозумілою є поведінка провайдерів, особливо нелегальних, які приписують до однієї адреси одночасно десятки користувачів.

Спробуємо оцінити динаміку розвитку української Інтернет-аудиторії, здійснивши порівняльний аналіз наявних результатів досліджень.

В Україні перше дослідження кількості користувачів мережі Інтернет було проведено наприкінці 1998 р. українською маркетинговою групою UMG на замовлення компанії «Арт-С». За результатами цього дослідження було визначено, що на кінець 1998 р. Інтернет-аудиторія країни налічувала більше 100 тис. осіб.

За даними загальнонаціонального опитування, яке проводив Київський міжнародний інститут соціології, протягом 2001-2003 рр. серед 25000 респондентів віком від 18 років в усіх областях України, Києві та

АР Крим, у тенетах всесвітньої павутини опинилися 3,2 млн осіб або близько 8 % населення нашої країни [6].

На початок 2007 р. послугами мережі Інтернет з різною періодичністю користувалось близько 9 млн жителів України, кількість доменів .ua склала 241,7 тис., веб-сайтів – понад 36,0 тис. [7].

За даними досліджень, що проводились компанією GfK Ukraine, на жовтень-листопад 2009 р. український сегмент аудиторії мережі становив 8,25 млн. українців у віці 14-65 років, що є жителями міст із населенням більше 50 тис. осіб.

Метою регулярного дослідження компанії TNS під назвою Marketing & Media Index (MMI) є аналіз споживчих переваг і способу життя українців. Інтернет також входить до переліку категорій, що підлягають вивченню. За даними осінньої хвилі 2009 р. (MMI 2009/3), в онлайн за останні півроку виходило 5,4 млн осіб. Оцінювання проводиться щокварталу. У кожній хвилі бере участь 5 000 респондентів у віці 12-65 років, що є мешканцями міст з населенням більше 50 тис. осіб [8].

За даними звіту компанії InMind, станом на III квартал 2009 р. в Україні налічується 9,6 млн. користувачів мережі у віці від 15 до 75 років (до їх числа належать люди, що виходили в онлайн хоча б один раз на місяць) [9]. Дослідження регулярно проводиться методом опитування вдома у респондентів. У його ході оцінюється також кількість користувачів на один домашній комп'ютер, число ПК і місць доступу на одну людину, тим самим реалізується практика видалення cookies-файлів.

Загалом кількість користувачів мережі Інтернет в Україні має нестабільний ріст. Зростання аудиторії, порівняно з лютим 2009 р., – 1,61 млн осіб або 19,6 % від загальної чисельності населення країни. За даними Bigmir-Internet, тижнева аудиторія української мережі Інтернет у березні 2010 р. становила 10,3 млн користувачів, що складало 43,62 % приросту [10], таке зростання кількісних показників, зокрема їх фіксації зумовлене, в першу чергу, удосконаленням бази даних ір-адрес, що призвело до більш точного підрахунку користувачів.

За даними дослідження компанії InMind і міжнародної мережі Factum-Group, у 2010 р. частка людей, які мають доступ до Інтернет серед населення України у віці 15-75 років, становить 27 %, а це більше 10 млн користувачів. Кількість постійних користувачів становить 8 млн (це люди, які заходили до Інтернет бодай один раз за останній місяць) [11].

При цьому лідером за темпом зростання числа користувачів серед наявних сервісів Інтернет є соціальні мережі. За рік частка користувачів цього сервісу зросла з 18 до 31 % тих, хто має доступ до Інтернет, а кількість загалом – удвічі. Найшвидше користування соціальними мережами зростало серед респондентів у віці 40-49 років. Швидке зростання користувачів Інтернет у віковій групі 30-49 років призвело до збільшення популярності сайтів новин та

газет – з 24 до 29 % користувачів (у вказаній віковій групі частка користувачів таких сайтів наближається до 40 %).

Ще однією тенденцією 2010 р. є зростання інтересу Інтернет-користувачів до мультимедійного контенту: завантаження музики та фільмів (з 26 % до 32 % від загальної кількості користувачів), перегляд онлайн відео та Інтернет-радіостанції (з 9 % до 14 %).

Збільшення темпів підключення користувачів до Інтернет пояснюється рядом причин: по-перше, посилення конкуренції серед провайдерів приводить до зниження тарифів на підключення та використання Інтернет; по-друге, збільшення купівельної спроможності приводить до більш швидких темпів комп'ютеризації населення; по-третє, кабельні оператори починають докладати зусиль до посилення присутності в регіонах, що, у свою чергу, приводить до збільшення покриття території, де можна підключитися.

За оцінками аналітиків, до кінця 2012 р. кількість інтернет-користувачів в Україні збільшиться на 3 мільйони і становитиме майже 16 млн осіб, що позитивно вплине на розвиток ринку електронної комерції, зважаючи на наявні тенденції її зростання.

У 2009 р. найпопулярнішим типом доступу до мережі став мобільний Інтернет. Так, якщо у останньому кварталі 2008 р. цю технологію доступу обирали лише 9 % користувачів, то за аналогічний період 2009 р. їх налічувалося майже 16 % від загальної кількості українських Інтернет-користувачів. Інші дротові технології доступу до мережі розвивалися досить рівномірно. Винятком став лише застарілий dial-up (комутований доступ), що поступово втрачає свою популярність. Частка цієї технології протягом року скоротилася з 9 % до 7 % у четвертому кварталі 2009 р. Незважаючи на те, що за цей же період спостерігалось зменшення «парку комп'ютерів» в українських домогосподарствах, за рахунок розвитку мобільного Інтернет мешканці сіл та невеликих містечок отримали можливість доступу до мережі, а також завдяки поступовому покриттю малих міст дротовим ширококутовим доступом та «мережевого ефекту» відбулось стрімке зростання кількості користувачів, тоді як за даними останнього дослідження Інтернет-аудиторії, проведеного компанією InMind (III квартал 2010 р.), провідним типом доступу є домашнє підключення, що також свідчить про чималий масштаб територіального покриття дротовим ширококутовим доступом [12].

Особливо актуальним є аналіз змісту діяльності користувачів мережі. Серед найпопулярніших сайтів, які відвідали українські Інтернет-користувачі у грудні 2010 р., компанія InMind виділила за рівнем охоплення (частка усіх інтернет-користувачів, які відвідали ресурс за звітний період хоча б один раз) наступні сайти: google, mail.ru, vkontakte, yandex, youtube.com, facebook.com, wikipedia.org та ін. [9].

Найчастіше українські користувачі звертаються до мережі задля отримання інформації для роботи чи навчання (44 %), рідше скачують чи слухають/дивляться

онлайн музику/відео. За наявними даними простежується і розвиток вітчизняного ринку Інтернет-маркетингу, зважаючи на збільшення частки користувачів, які купують товари через мережу [9].

Говорячи про динаміку процесів розвитку українського сегменту Інтернет, особливу увагу слід приділити питанням регламентації соціальних зв'язків, механізмам реалізації соціального контролю в мережі.

До базових послуг, які надаються сьогодні за допомогою Інтернет, зокрема, належать: електронна пошта (e-mail, e-пошта); група новин – засіб надання інформації для загального огляду (телеконференції, електронні дошки оголошень тощо); передача файлів (сервіс FTP – File Transfer Protocol); засіб пошуку та пересилання будь-яких інформаційних файлів, без огляду на їх зміст і призначення; www («всесвітнє павутиння») – послуга доступу та надання гіпертекстових документів, які ще називають веб-сторінками [13].

До похідних послуг можна віднести безліч послуг, що реалізуються на основі базових чи є їх подальшим розвитком, наприклад: доступ до інформаційних ресурсів, таких як бази даних, електронні архіви, бібліотеки тощо; електронна комерція (e-комерція) – створення віртуальних магазинів, реклама, продаж і здійснення розрахунків засобами інформаційно-телекомунікаційних технологій; телебанкінг (Інтернет-банкінг) – здійснення через мережу Інтернет міжбанківських розрахунків і банківського обслуговування клієнтів; дистанційне (теле-) навчання – надання методичної та інформаційної підтримки для навчання незалежно від віддаленості того, хто навчається, від навчального закладу; телеробота – отримання замовлень на виконання роботи у мережі Інтернет; телемедицина – надання медичних послуг на відстані, зокрема, інформування, консультування, діагностика, нагляд за хворими тощо за допомогою засобів спілкування, а також спеціалізованого кінцевого обладнання, що підключені до мережі передачі даних; «IP-телефонія» – здійснення двостороннього голосового контакту віддалених один від одного абонентів через мережу Інтернет.

Важливим напрямком розвитку законодавства є визначення правових аспектів розвитку та користування Інтернет. Відповідно до частини другої статті 4 Закону України «Про закупівлю товарів, робіт і послуг за державні кошти» [14], інформаційна система в мережі Інтернет є сукупністю програмних засобів з власною адресою в мережі, яка забезпечує доступ до інформаційних ресурсів і відповідає таким обов'язковим вимогам: забезпечує збирання, накопичення, передачу та обробку інформації щодо державних закупівель замовників з усіх адміністративно-територіальних одиниць України; відповідає встановленим законодавством вимогам щодо захисту державної інформації; надає можливість здійснення електронних державних закупівель та відповідає іншим вимогам, встановленим цим Законом.

Окремою, не менш гострою проблемою є

поширення засобами масової інформації недостовірних відомостей, отриманих за допомогою мережі Інтернет. Сьогодні все частіше виникають ситуації, коли у мережі розміщується неперевірена інформація, яка не відповідає дійсності. Таку інформацію передрукують газети з посиланням на відповідне джерело у мережі Інтернет. У зв'язку з цим авторів таких матеріалів неможливо притягати до відповідальності, а честь, гідність та ділову репутацію осіб немає можливості захистити правовими засобами.

Необхідно зазначити, що Кабінетом Міністрів України неодноразово ініціювалася підготовка проектів нормативно-правових актів з питань регулювання правовідносин під час розповсюдження інформації в українському сегменті Інтернет. Так, пунктом 65 Орієнтовного плану законопроектних робіт на 2009 р., затвердженого розпорядженням Кабінету Міністрів України від 18 лютого 2009 року № 185-р, Службою безпеки України передбачено підготовку проекту Закону України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо державної реєстрації Інтернет-видань», яким слід врегулювати процедуру державної реєстрації Інтернет-видань шляхом надання їм статусу засобів масової інформації.

Наступна проблема пов'язана з регулюванням діяльності провайдерів, що надають доступ до мережі. Так, національна комісія регулювання зв'язку (НКРЗ) України мала намір у травні 2010 р. затвердити нормативну базу, яка дозволить регулювати діяльність Інтернет-провайдерів. Адже існує необхідність створити важелі впливу на них для контролю, в першу чергу, діяльності так званих локальних (домашніх) мереж (так називають комп'ютерні мережі, що покривають, зазвичай, відносно невелику територію або невелику групу будівель – будинок, офіс, фірму, інститут). Члени НКРЗ визнають наявність проблеми домашніх мереж, діяльність яких на даний момент нормативно практично не регулюється. Так, сьогодні фірми, які збираються надавати послуги Інтернет-доступу, згідно зі ст. 42 Закону України «Про телекомунікації»

[14], не менш ніж за місяць до початку роботи повинні подати повідомлення про це в НКРЗ. У тижневий термін після отримання повідомлення НКРЗ зобов'язана внести компанію до свого реєстру і повідомити її про це.

На практиці ж більшість домашніх мереж працюють взагалі без будь-якої дозвільної документації. І хоча за законом комісія має право вилучити прибуток у компаній, які працюють без дозволу, в дійсності держоргани практично не інспектують роботу домашніх мереж. Ситуація з «сірими» мережами в Україні сьогодні виглядає дещо парадоксально: великі оператори перебувають під пильним контролем Держінспекції зв'язку, Укрчастотнагляду, НКРЗ, а невеликі домашні мережі нікому нічого про себе не повідомляють, тому знаходяться поза контролем, як держави, так і статистичного управління. Сьогодні Державна інспекція зв'язку не може перевіряти роботу нелегальних мереж, тому що немає ніяких встановлених законодавством вимог до їх роботи.

Висновки. Узагальнюючи, зазначимо, що наявні тенденції (стрімке зростання користувачів мережі, розширення функціональних можливостей мережі, формування «електронного уряду», доступ до мережі у сільських поселеннях, організація процесу комерційного керування українськими доменними іменами тощо) свідчать про позитивну динаміку розвитку не лише українського Інтернет, а й всього інформаційного простору країни, а відповідно про те, що український Інтернет створено і він має свою аудиторію. Але, зважаючи на відсутність єдиного підходу оцінки аудиторії користувачів, механізмів реалізації соціального контролю віртуальних відносин і т. ін., слід говорити про те, що український сегмент мережі Інтернет усе ще не сформувався остаточно як самодостатня соціальна комунікативно-інформаційна сфера життєдіяльності людини, з унормованими юридично практиками, що, в свою чергу, може свідчити про функціонування українського Інтернет поки що як специфічного формально-неформального соціального інституту.

ЛІТЕРАТУРА

1. Чугунов, А. В. Соціологія Інтернета: методика і практика досліджень інтернет-аудиторії : учебное пособие / А. В. Чугунов. – СПб. : Ф-т филології і мистецтв СПбГУ, 2007.
2. Україна отримала національний домен. УКР [Електронний ресурс] // ictv.ua. – Режим доступу : <http://www.ictv.ua/wasp/ua/facts/213/1266653/>.
3. Для того чтобы домен «УКР» стал общедоступным, должно пройти более двух лет [Электронный документ] // Finance.ua. – Режим доступа : <http://news.finance.ua/ru/~1/0/all/2011/03/15/231134>.
4. Украинский рынок доступа в Интернет ушел в минус [Электронный ресурс] // Агентство Интернет-Новостей. 28.05.2010. – Режим доступа : <http://ain.ua/2010/05/28/26926>.
5. Количественные исследования онлайн – так ли права критика? [Электронный ресурс] // Геміус Україна. – Режим доступу : http://gemius.com.ua/ua/ru_online_possibilities.
6. Думки і смаки в Україні: літо 2003 [Електронний документ] // Київський міжнародний інститут соціології (КМІС). – Режим доступу : www.kiis.com.ua/pub/2003/prelease_july_2003.doc.
7. Доповідь про стан та розвиток інформатизації в Україні за 2009 рік [Електронний ресурс] // Кабінет Міністрів України. Режим доступу : zakon.nau.ua/doc/content/?uid=1064.1304.1.
8. Пуговский, М. Так сколько же в Украине пользователей Интернета? [Электронный ресурс] / М. Пуговский // Компьютерное обозрение IT для бизнеса. – Режим доступа: <http://ko.com.ua/node/47789>.
9. InMind нарахував, що інтернетом користуються 32% українців, TNS – 38% [Електронний документ] // Телекритика – Режим доступу : <http://www.telekritika.ua/news/2010-05-31/53294>.
10. Глобальная статистика украинского Интернета, февраль 2010 [Электронный ресурс] // Собственность компании SputnikMedia.net. –

- Режим доступу : http://i.bigmir.net/index/UAnet_global_report_022005.pdf.
11. В Україні нарахували 8 млн. постійних Інтернет-користувачів [Електронний ресурс] // Рубрика: Наука та ІТ. ТСН_ua. – Режим доступу : http://tsn.ua/nauka_it/v-ukrayini-narahuvali-8-mln-postiinih-internet-koristuvachiv.html.
 12. InMind: число українських інтернет-пользователей приблизилось к 13 млн человек [Електронний документ] // Агентство Інтернет-Новостей. – Режим доступу : <http://ain.ua/2010/10/06/33522>.
 13. Е-боротьба в інформаційних війнах та інформаційне право : монографія / [за ред. М.Я. Швеця]; Академія правових наук України. Науково-дослідний центр правової інформатики. – К. : НДЦПІ АПРН України, 2007. – 233 с.
 14. Закони України [Електронний документ] // Верховна рада України. Офіційний веб-сайт. – Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov.ua/>.

Рецензенти: Гавеля В. Л., д.філос.н., проф.;
Мейжис І. А., д.пед.н., проф.

© Калашнікова Л. В., Черноус Л. С. , 2012

Дата надходження статті до редколегії: 25.02.2012 р.

КАЛАШНИКОВА Людмила Володимирівна – кандидат соціологічних наук, доцент Чорноморського державного університету імені Петра Могили, м. Миколаїв, Україна.

Коло наукових інтересів: соціологія Інтернету, соціологія девіантної поведінки.

ЧЕРНОУС Людмила Сергіївна – кандидат соціологічних наук, асистент кафедри соціології та економіки Криворізького педагогічного інституту ДВНЗ «Криворізький національний університет».

Коло наукових інтересів: соціологія Інтернету.