

СОЦІОЛОГІЧНИЙ ВИМІР ІНТЕРНЕТ-АУДИТОРІЇ м. МИКОЛАЇВ

У статті розглянуто Інтернет-мережу як об'єкт соціологічного вивчення, наведено розгорнуті характеристики аудиторії українського сегменту Інтернету, здійснена спроба визначення стану та особливостей Інтернет-аудиторії м. Миколаїва.

Ключові слова: інтернет, аудиторія, соціологія Інтернету, український сегмент Інтернет.

В статье рассмотрена сеть Интернет как объект изучения в рамках социологии, приведены развернутые характеристики аудитории украинского сегмента Интернет, осуществлена попытка определения состояния и особенностей Интернет-аудитории г. Николаев.

Ключевые слова: интернет, аудитория, социология Интернета, украинский сегмент Интернет.

The Internet as the object of sociological study is considered in the article, the descriptions the Ukrainian Internet audience are brought, it was the attempt to determinate condition and the features of Mykolaiv Internet-audience.

Key words: the Internet, audience, sociology of the Internet, Ukrainian Internet segment.

Постановка проблеми. Актуальність теми статті зумовлена феноменом справжньої Інтернет-революції, яка несе глобальний переворот у соціальній комунікації, спілкуванні та пізнанні навколишньої дійсності. Однією з причин зростання популярності інформаційних технологій на базі Інтернету полягає в тому, що інформація, представлена в електронній формі, є легкою в оперуванні та доступною будь-якому користувачеві в будь-який час.

Говорячи про Інтернет як об'єкт соціологічного дослідження, слід розглядати інформаційне середовище як об'єктивно існуючу реальність, що має свої форми існування та закономірності розвитку.

Розкриття такої теми базується на емпіричному аналізі Інтернет-аудиторії м. Миколаїв, який дає підстави: сформулювати уявлення про те, що являє собою сьогоднішня аудиторія міста, в якому напрямку вона розвивається, який вона має вплив на особливості взаємодії між індивідами в процесі обміну соціальною інформацією, важливість та цілі користування мережею для споживачів інформації. На цьому ґрунті можна визначити й стратегічні напрями розвитку міського сегменту Інтернет на найближчу перспективу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Сучасні науковці вивчають вплив Інтернету на людську цивілізацію як із дисциплінарних позицій, так і в міждисциплінарному ракурсі.

Початок ХХІ ст. позначено появою і розвитком у рамках міждисциплінарних досліджень таких напрямів у вивченні Інтернету, як «кіберпсихологія», «кіберкультурологія», «кіберправо», «електронна економіка», лінгвістика Інтернету тощо.

У цей же час починають говорити про появу міждисциплінарного напрямку Інтернет-студій, що перебувають на стику таких традиційних уже наукових дисциплін, як комунікативістика, інформатика та соціологія комунікацій [1, с. 110]. Соціологія Інтернету, як будь-яке нове явище соціального знання, формується через певне «розмежування повноважень» між уже сформованими науковими дисциплінами. Вивчення віртуальних комунікацій пов'язано з цілком традиційною тематичною областю: організація знання, конструювання ідентичностей, формування соціальних груп. Але в цьому випадку вся ця проблематика досліджується з урахуванням соціальних наслідків, які може мати використання сучасних інформаційних технологій [5].

Поки що Основна частина публікацій про Інтернет написана у популярно-публіцистичному жанрі. Чи не класикою вважаються роботи про віртуальні спільноти журналіста Г. Рейнгольда. Теоретичним осмисленням сучасних комунікаційних та інформаційних технологій займалися філософи, соціальні критики, теоретики літератури, що досліджують гіпертекстові структури. Пізніше з'явилися академічні роботи Б. Велмана, у яких

розглядається мережева організація «онлайн-комунікацій». Велика робота виконана П. Коллоком, який досліджував проблему конфлікту приватних інтересів у кіберпросторі та можливості створення «суспільних благ». Т. Постмес, Р. Спірс і М. Лі проводили соціально-психологічні дослідження онлайн-поведінки. Р. Хемман створив академічний електронний журнал із соціології Інтернету [5].

Метою цієї статті є визначення стану та особливостей розвитку Інтернет-аудиторії м. Миколаїв у контексті загальної динаміки сучасного розвитку мережі та її соціальних закономірностей.

Виклад основного матеріалу. Сьогодні поширення впливу мережі Інтернет на суспільство 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 у порівнянні 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 [2, с. 28].

Тому протягом двох останніх десятиліть досить активно розвивається соціологія Інтернету. Соціологія Інтернету є відносно новим напрямом у розвитку соціології, об'єктом дослідження якої, як визначають українські автори Л. В. Калашнікова та Л. С. Черноус, виступає інформаційне середовище, а предметом вивчення – аудиторія мережі Інтернет та форми соціокультурної взаємодії між людьми під час обміну соціальною інформацією [2, с. 28]. На думку російського соціолога І. Д. Фомічової, соціологія Інтернету забезпечує певний інформаційний обмін між віртуальним світом Інтернету як певного сталого соціального утворення та реальним світом [3, с. 5].

Ця галузь соціологічного знання складається на наших очах і розвивається стрімкими темпами, що, з одного боку, можна пояснити швидкістю поширення саме цього явища, а з іншого – накопиченим раніше досвідом вивчення традиційних ЗМІ. Для соціологів Інтернет став привабливий тим, що в його рамках сформувався та розширюється специфічний соціальний простір, у якому протікають соціальні процеси, встановлюються соціальні відносини, формуються соціальні групи (у вигляді Інтернет-спільнот) [6]. Вивчаючи Інтернет, соціологи виявляють, які зміни вносить цей інститут у життя людей і як слід оцінювати такі зміни в світлі існуючих уявлень про об'єктивні соціальні потреби особистості, групи, суспільства в цілому залежно від усвідомлених і поділюваних суспільством соціальних цілей. У соціологічних дослідженнях виявляються не лише факти поведінки людей, але й мотиви, що стоять за

ними: оцінки, запити, відносини тощо. Соціологи намагаються виявити фактори та причини, що зумовлюють соціальну поведінку користувачів, а також наслідки використання цієї системи комунікацій [3, с. 4-5].

Зважаючи на те, що поширення Інтернету сьогодні є неминучим, важливим практичним завданням соціології Інтернету називають «зближення поколінь», інакше кажучи, реалізація інформаційної функції щодо залучення представників старшого віку до користування мережею, адаптація Інтернет-ресурсів (і самої системи) до їхніх потреб, інформаційне забезпечення цього процесу [7, с. 72].

Український сегмент Інтернету започатковано ще у 1990 р., коли в Україні з'явилися перші вузли, що дало змогу працювати з мережею. Офіційним «днем народження» українського Інтернету вважається 1992 р., коли був зареєстрований домен ua.

Говорячи про особливості структури користувачів українського сегменту мережі, потрібно зауважити, що, за даними емпіричних маркетингових досліджень (GFKUkraine, Bigmir.net, InMind та ін.), більшість українських користувачів досить стримані у часовому аспекті використання мережі, хоча спостерігається значний приріст користувачів, які більшу частину свого вільного часу проводять на теренах «всесвітньої павутини». За даними вітчизняних досліджень останніх років, найбільша кількість опитаних користується мережею декілька разів на тиждень (30 % у 2003 р. і 57 % у 2010 р.). Число постійних відвідувачів мережі становить майже третину у 2010 р., тоді як у 2003 р. таких користувачів налічувалося 17 % [4].

Цей факт свідчить про те, що Інтернет являє собою соціальний інститут, що реалізує соціально-статусні, соціально-побутові, інформаційні потреби й, будучи включеним до різних сфер людського буття, виконує сьогодні низку суспільно значущих у суспільстві функцій.

Для виявлення стану та особливостей розвитку Інтернет-аудиторії в українському Миколаєві протягом січня 2013 р. Ю. В. Бацуровською (на той час магістранткою ЧДУ ім. Петра Могили за спеціальністю «соціологія») було проведено соціологічне дослідження, метою якого стало отримання даних про загальні соціальні характеристики користувачів мережі. Дослідження ґрунтувалося на анкетному опитуванні серед жителів міста віком від 18 років і старше.

За результатами дослідження було визначено, що кількість постійних користувачів мережі, які майже не щодня мають потребу «відвідати» Інтернет, становить чи не половину від загальної кількості тих респондентів, які взагалі відмічають факт користування Інтернетом, а саме 46,8 %. Серед них статеві когорти представлені майже однаково – 49,73 % чоловіків та 50,27 % жінок (рис. 3, 4).

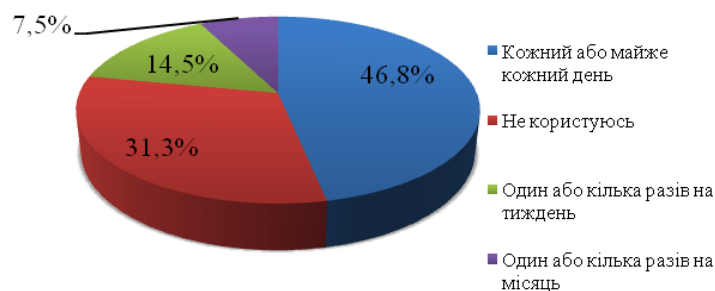


Рис. 3. Частота користування Інтернетом

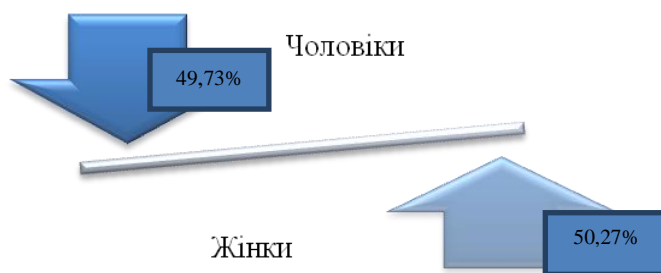


Рис. 4. Співвідношення жіночої та чоловічої аудиторії Інтернету

Основними цілями користування Інтернетом є пошук інформації на задані теми та перегляд новин. «Блукання» соціальними мережами посідає 3-є місце. Майже однакову кількість прихильників

набрали такі позиції, як спілкування за допомогою Skype, користування електронною поштою та прослуховування музики – 9,5 %, 9,6 %, 9,8 % відповідно (рис. 5).

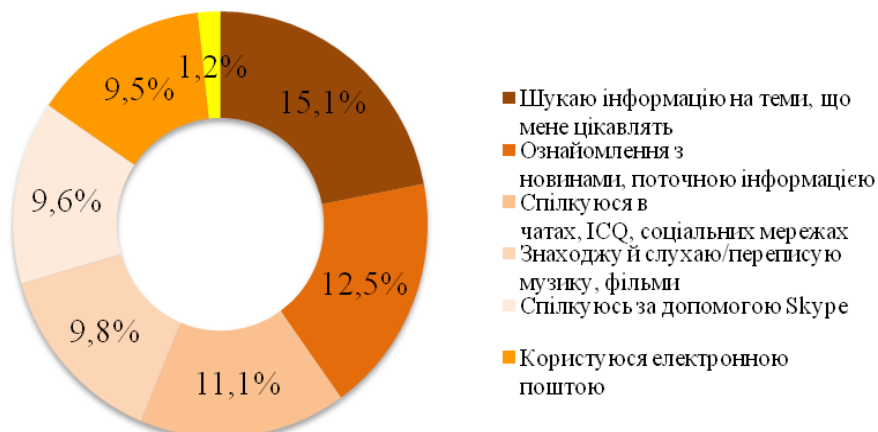


Рис. 5. Цілі користування мережею

Щодо наявних вікових відмінностей груп користувачів зазначимо, що все ж більша частина постійних користувачів – це молоді особи віком від 18 до 29 років (48,66 %), трохи менше «любителів поблукати мережею» серед респондентів зрілого віку – 30-39 років – 36,74 %, 40-49 років – 13,37 %, найменший відсоток мають люди похилого віку 60+ тільки 3,74 %.

Користуватись Інтернет-мережею мешканці м. Миколаїв воліють вдвома: кількість респондентів, що обирають цей вид доступу до мережі становить 61,3 % від загальної кількості опитаних. Цей факт доводить, що придбання технічних засобів, які дозволяють заходити в Інтернет усім охочим

(комп'ютер, ноутбук) є доступним для більшості громадян міста. На 2-му місці респонденти використовують Інтернет на роботі або ж за місцем навчання (19,6 %), і на останньому місці – мобільний телефон, за допомогою якого заходять у мережу лише 12,3 % користувачів.

Говорячи про вікові особливості користування Інтернет-мережею, зробимо наголос на тому, що 70,11 %, опитаних віком 18-29 років здебільшого спілкуються в чатах та соціальних мережах; на другому місці – ті, хто любить заходити на форуми (66,66 %), їх наздоганяють користувачі, які шукають цікаву для себе інформацію – 59,79 %. Прихильників послухати музику або

подивитись фільми он-лайн теж чимало – 56,70 %. Цікавим, і в той же час позитивним фактом є те, що більшість молоді прагне використовувати Інтернет для пошуку роботи – 54,54 %.

Серед опитаних віком 30-39 років маємо 59,74 % тих, хто займається пошуком інформації, 41,56 % полюбляють соціальні мережі, 32,46 % користуються електронною поштою, 27,27 % слухають музику та дивляться відео.

А ось користувачі старшого віку (40-49 років) серед головних причин користування Інтернетом для себе визначають пошук інформації на потрібні теми – 51,02 %, на другій сходинці користування електронною поштою – 26,53 %. Нарешті, люди похилого віку заходять в мережу заради пошуку інформації – 61,54 % та чималий відсоток полюбляє спілкування за допомогою Skype – 30,77 %.

Незважаючи на те, що більшість користувачів міста мають доступ до Інтернету (46,8 %), сьогодні все ще залишаються причини, які можуть завадити його більшому проникненню до осель мешканців міста.

Як показали результати опитування, сьогодні більшість Інтернет-аудиторії складає молодь, яка серед цілей користування Інтернет виділяє для себе пошук інформації про працевлаштування (54,54 %). Це має бути поштовхом для міської влади для того, щоб стимулювати підприємства та організації до створення власних сайтів, на яких вони зможуть поширювати публікації, позитивний досвід своєї діяльності, розміщувати інформації про конкурси на заміщення посад, наявність вакансій та необхідні новини серед громадськості. Наявність Інтернет-сайту у фірми засвідчить про її відкритість, солідність, процвітання і сучасність. Власна сторінка компанії в мережі Інтернет викличе не тільки довіру з боку користувача, але і зниження конкуренції з боку інших фірм, що не мають віртуального офісу, і як наслідок – підвищення власного іміджу та авторитету.

Враховуючи сучасні потреби більшості потенційних користувачів, також необхідно забезпечити можливість передачі через активне мережеве обладнання мультимедійної інформації.

Нарешті, говорячи про результати проведеного дослідження, треба обов'язково відзначити той факт, що поки не всі охочі можуть собі дозволити підключити Інтернет. Відсоток тих, хто не користується мережею, залишається великим – 31,3 % від загальної кількості респондентів. Як одна з головних причин, на сьогодні не всіх потенційних користувачів задовольняють ціни та пакет послуг, що їх надають сервісні служби, які існують у місті.

У цьому плані здається, що можливим шляхом вирішення проблеми у зростаючому попиті на користування Інтернет-послугами стане політика надання пільгових тарифів Інтернет-провайдером для різних груп населення, встановлення «демократичних цін» при одночасному наданні високої швидкості Інтернету. Важливим засобом

може стати також наявність широкого тарифного плану, який буде повністю задовольняти користувача за вмістом послуги вартості пакету.

Традиційно провайдер повинен обов'язково забезпечувати технічну підтримку для кожного зі своїх клієнтів та запевнити користувача у захисті від виникнення непередбачених ситуацій. А зі зростанням кількості абонентів, провайдером необхідно впроваджувати більш ефективні методи роботи з різними соціальними групами клієнтів.

Висновки. Всесвітня комп'ютерна мережа Інтернет, поступово проникаючи у всі царини соціальної активності, стає однією з головних структур сучасного суспільства. Така ситуація зумовила звернення соціологів до вивчення різноманітних аспектів мережевої комунікації та «електронного простору». Підґрунтям аналізу Інтернету певною мірою виступають існуючі в рамках соціологічного знання концепції дослідження масової комунікації, але специфіка даного засобу комунікації вимагає розробки нових підходів та методів вивчення.

В Україні загалом спостерігається позитивна динаміка кількісно-якісних характеристик мережі Інтернет, яка свідчить про інтенсивний процес її включення у структуру українського інформаційного простору.

Для інтенсифікації цього процесу надалі необхідна більша формалізація соціальних відносин у мережі Інтернет, а саме зміни в законодавстві щодо регулювання соціальних та економічних відносин у мережі, спрощення механізму надання послуг мережі Інтернет та покращення якості послуг передачі даних, що, у свою чергу, дозволить завершити процес інституціоналізації мережі Інтернет і знаменує перехід від формального-неформальних до формальних відносин.

Отримані під час дослідження по Миколаєву емпіричні дані свідчать про інтенсивний процес включення Інтернету в життя мешканців міста. Але, незважаючи на стрімке зростання користувачів мережі, все ще потребують вирішення такі проблеми, як розширення функціональних можливостей мережі, доступ до Інтернету у приватному секторі, створення on-line сервісу на власних сайтах Інтернет-провайдерів тощо. Типовими залишаються перешкоди, які стримують розвиток мережі в місті.

У цьому плані стосовно вдосконалення розвитку міської мережі Інтернет для вирішення проблем, пов'язаних насамперед із рівним доступом населення до глобальної мережі, можна запропонувати: посилення інформаційно-ознайомчої діяльності широкої громадськості стосовно можливостей мережі Інтернет; підключення до мережі приватного сектору за допомогою сучасних технологій ADSL; забезпечення надання пільгових тарифів для доступу до мережі; продовження діяльності із розробки Інтернет-сайтів для підприємств та організацій міста; надання користувачам Інтернету кола інформаційних послуг, зокрема про роботу органів державної влади та місцевого самоврядування.

ЛІТЕРАТУРА

1. Горошко О. І. Соціологія 2.0 як один з напрямів розвитку соціології Інтернету / О. І. Горошко // Вісник ЛНУ імені Тараса Шевченка. – 2012. – № 2. – С. 107–117.
2. Калашнікова Л. В. Соціологічний аналіз аспектів інституалізації українського сегменту Інтернет / Л. В. Калашнікова, Л. С. Черноус // «Наукові праці»: Науково-методичний журнал. – Вип. 172. Т. 184. – Миколаїв: Вид-во ЧДУ імені Петра Могили, 2012. – С. 28–33.
3. Фомичева И. Д. Социология Интернет-СМИ: [учебное пособие] / И. Д. Фомичева. – М.: Факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, 2005. – 79 с.
4. Исследование: каждый день в интернете сидят 12 миллионов украинцев. / Компания InMind опубликовала результаты исследования украинского сегмента Интернета, которые провела в феврале-марте 2012 года. [Електронний ресурс]. – Режим доступу до публікації: <http://techno.bigmir.net/technology/1517293-Issledovanie--kazhdyj-den--v-internete-sidjat-12-millionov-ukraincev>.
5. Петрова А. А. Дисциплинарный дискурс Социологии Интернета [Електронний ресурс] / А. А. Петрова // Социологический журнал. – 2003. – № 4. – Режим доступу до статті: <http://bibliofond.ru/view.aspx?id=115028>.
6. Соціологія Інтернету [Електронний ресурс]. – Режим доступу до сайту: <http://sociology-internet.narod2.ru/researches.html>.
7. Ядранський Д. М. Інтернет-соціологічний дискурс [Електронний ресурс] / Д. М. Ядранський, В. О. Коваль // Соціальні технології. – 2011. – № 50. – С. 67–74. – Режим доступу до статті: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/Staptp/2011_50/files/ST50_02.pdf.

Рецензенти: Мейжис І. А., д. пед. н., професор;
Коробов В. К., к. соціол. н., доцент.

© Фесенко А. М., Бацуровська Ю. В., 2013 Дата надходження статті до редколегії 30.10.2013 р.

ФЕСЕНКО Артур Михайлович – кандидат історичних наук, доцент кафедри соціології Чорноморського державного університету імені Петра Могили.

Коло наукових інтересів: соціологія праці, соціологія Інтернету.

БАЦУРОВСЬКА Юлія Олегівна – магістр соціології.

Коло наукових інтересів: соціологія Інтернету.