

В. Л. Рябічев,
канд. фіз.-мат. наук
Інститут журналістики
КНУ імені Тараса Шевченка

Riabichev Viacheslav,
Associate Professor
Institute of Journalism
Taras Shevchenko National University of Kyiv

А. О. Артющик,
магістр
Інституту журналістики
КНУ імені Тараса Шевченка

Artiushchyk Anton,
PhD Student
Institute of Journalism
Taras Shevchenko National University of Kyiv

О. В. Рябічева,
студентка
Інституту журналістики
КНУ імені Тараса Шевченка

Riabicheva Olena,
Student
the Institute of Journalism
Taras Shevchenko National University of Kyiv

УДК 007: 304: 316.77 (477)

Тенденції розвитку соціальних медіа України в 2014 р.

The trends of development of social media of Ukraine in 2014

РЕФЕРАТ. Розглянуто сучасний стан та основні тенденції розвитку інтернет-аудиторії України протягом 2014 р. Наведено результати вимірювання та проведено порівняльний аналіз з аналогічними дослідженнями 2012–2013 рр.; визначено напрями розвитку соціальних медіа.

У межах кафедрального дослідження здійснено розподіл аудиторії мережевих медіа за віковою ознакою, окремо в кожній з вікових груп визначено тенденції зміни аудиторії, досліджено кореляцію її параметрів щодо попередніх досліджень та порівняно з традиційними ЗМІ. Зокрема, розглянуто питання розвитку української аудиторії соціальної мережі Facebook на прикладі сторінки відбіркової комісії Київського національного університету імені Тараса Шевченка, розроблено відповідно до проекту інформатизації.

Отримано переконливі докази можливості стрімкого охоплення аудиторії за короткий проміжок часу. Причому аудиторії не лише української, а й користувачів з 12 країн.

Констатується значне збільшення різноманітності контенту за рахунок кросмедійних технологій та соціальних медіа. Визначено напрями подальшої еволюції традиційних медіа, які перебувають під помітним впливом усесвітньої павутини.

Ключові слова: соціальні медіа, соціальні мережі, традиційні медіа, аудиторія, опитування, інтернет-журналістика, кросмедіа, Facebook.

ABSTRACT. The article reviews the current state and the main development tendencies of the Ukrainian Internet audience during 2014. The study represents the results of measurements and comparative analysis that includes the similar researches of 2012 and 2013. It also defines the ways of social media development.

The department's studies defines the age distribution of network media audience, separately within each age group identified the tendencies of the changes of the audience, investigated the correlation of its parameters with regard to previous studies and in comparison to traditional media.

In particular, the article examines the issues of development of the Ukrainian audience of Facebook using the page of Admission Committee of Taras Shevchenko National University of Kyiv as example. It was developed within the informatization project.

The studies proved the strong evidence of the rapid outreach of audience during a short period. That includes not only the Ukrainian audience, but the users from 12 countries. Moreover, development of tendencies of social media and ages where they were spread were also defined.

The studies established clear outreach of the age segment of 18-50 years based on two independent studies and considerable increase in diversity of content at the expense of cross-media technologies and social media. The research also defined directions for the future evolution of traditional media that are under significant influence of the world web.

Keywords: social media, social networks, traditional media, audience, survey, Internet journalism, cross-media, Facebook.

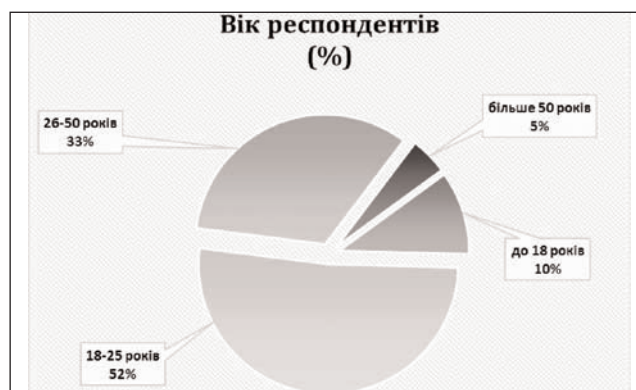
© Рябічев В. Л., Артющик А. О., Рябічева О. В., 2015



Вступ. У запропонованій статті наведено результати дослідження, розпочатого в попередніх роботах [1–2] та присвяченого вивченню української аудиторії всесвітньої павутини, аналізу тенденцій та закономірностей її розвитку. Мета наукової розвідки – представити результати вимірів сучасного стану інтернет-аудиторії в Україні та зробити порівняльний аналіз з аналогічними роботами попередніх років.

Результати й обговорення. Дослідження провадилося з 1 лютого по 1 грудня 2014 р. за допомогою електронного анкетування в системі Poll daddy, під час якого було опитано 1200 осіб з усієї країни. Більшість з опитаних, як і в попередніх дослідженнях, потрапляють до двох вікових категорій: 18–25 та 26–50 років, що в сумі становить 85 % (див. Рис. 1).

Рисунок 1.
Вік осіб, які брали участь в опитуванні



Порівняно з періодом 2012–2014 рр. можна вести мову про поступове зростання української інтернет-аудиторії у віковому сегменті 18–50 років – згадані користувачі є найактивнішими учасниками різноманітних мережевих проєктів, у тому числі дописувачами в соціальних медіа (див. Табл. 1).

Таблиця 1.
Зростання кількості інтернет-аудиторії 18–50 років

Аудиторія 18–50 років	
2012 р.	80 %
2013 р.	84 %
2014 р.	85 %

Практично всі учасники опитування мають регулярний, переважно щоденний, доступ до всесвітньої павутини (93 %, див. Рис. 2), лише один відсоток відвідують мережу рідше, ніж раз на місяць. Порівняно з попередніми дослідженнями аудиторія, що перебуває поза інтернетом, зменшилася (див. Табл. 2).

Вирішення проблеми доступу до інформації цільової аудиторії, диверсифікації джерел читача завжди цікаве професійному журналістові, допомагає правильно побудувати стратегію видання, охопити найширші верстви суспіль-

ства. Особливо якщо брати до уваги загальні тенденції європейських ЗМІ, розглянуті в багатьох роботах [3–5].

Рисунок 2.
Регулярність доступу опитаних до мережі



Таблиця 2.
Зменшення кількості аудиторії, яка не має регулярного доступу до мережі

Аудиторія, що не має регулярного доступу до інтернету	
2012 р.	4 %
2013 р.	2 %
2014 р.	1 %

Під час аналізу отриманих результатів важливо зважати на той факт, що дві третини найактивнішої української інтернет-аудиторії припадають на вікову категорію 18–25 років. Цей чинник був, мабуть, одним із головних, які визначали рейтинг джерел інформації серед опитаних (див. Рис. 3). Порівняно з попередніми двома роками цей розподіл практично не змінився – усі зміни лишаються в межах одного відсотка. В Україні традиційні ЗМІ, радіо та телебачення поки що утримують свою аудиторію, на противагу їхнім європейським аналогам, де читачів новітніх медіа щороку стає більше. Це можна пояснити недостатнім рівнем інформатизації в Україні: загальна кількість українців, які мають регулярний доступ до інтернету, становить 41,8 % [6]. Це один із найнижчих показників у Європі.

Наступні два питання стосувалися соціальних медіа, які останнім часом стрімко набувають популярності в Україні у зв'язку з бурхливими політичними подіями та воєнною агресією з боку РФ. Раніше розглянуті [7] особливості цих мережевих ресурсів яскраво проявилися й під час нашого дослідження. Найбільше це стосується таких питань, як оперативність подання інформації, її точність та достовірність в умовах потужної інформаційної війни. Серед опитаних щодня відвідують соціальні медіа 80 %. Це на 6 % більше, ніж було два роки



тому. Причому кількість тих, які відвідують їх менш ніж раз на місяць, скоротилася вдвічі (див. Рис. 4).

Рисунок 3.

Джерела інформації, які використовують опитані

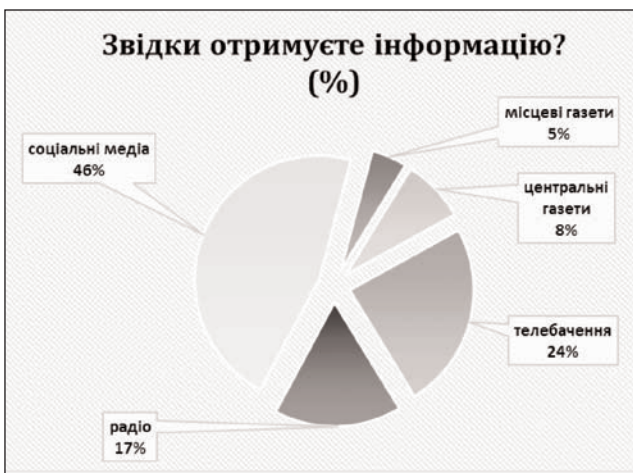
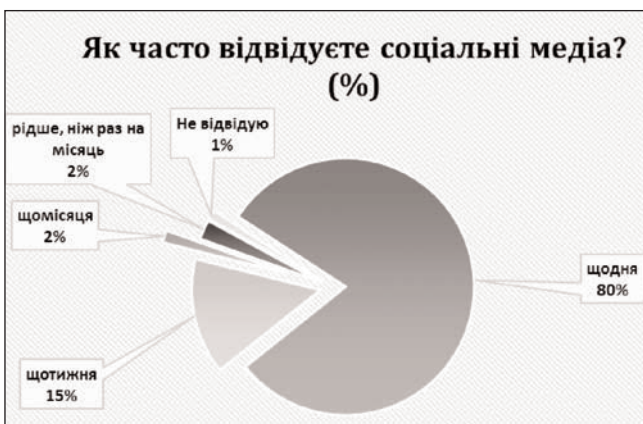


Рисунок 4.

Регулярність відвідування соціальних медіа



Дослідження підтвердило, що новітні медіа мають дуже високий вплив на аудиторію. Тому їх треба неодмінно враховувати, вибудовуючи стратегію захисту інформаційного простору держави.

Протягом двох останніх років постійна аудиторія Facebook за результатами запропонованого дослідження зростає на 8 %, одночасно кількість незареєстрованих зменшилася на понад 11 % (див. Табл. 3) Можна, зрештою, вести мову про зростання популярності Facebook серед української інтернет-аудиторії. Важливим чинником стали бурхливі політичні події в житті країни [2]. Незалежність цієї соціальної мережі від російської цензури стала одним із головних критеріїв, які приваблюють нових користувачів.

Протягом останнього року провідні українські медіа значно збільшили свою аудиторію у Facebook [2] (див. Рис. 5). Приміром, «Українська правда» – більш ніж удвічі, «1+1» – утричі, «П'ятого каналу» рік тому взагалі не було в ТОП-10. Усе це підтверджує сталу тенденцію до

зростання української частини аудиторії Facebook. Якщо ж порівнювати згадану мережу з іншими популярними всесвітніми соціальними медіа, такими як Twitter та Youtube, то Facebook залишається лідером за кількістю читачів і дописувачів (див. Рис. 6, 7).

Таблиця 3.

Регулярність відвідування мережі Facebook

щодня	щотижня	щомісяця	рідше, ніж раз на місяць	незарєєстрований
50,9 %	17,1 %	5,0 %	10,6 %	16,5 %

За даними Internebstats, загальна українська аудиторія Facebook станом на 1 липня 2014 р. становила 3,2 % від кількості інтернет-користувачів країни, що є восьмим показником у Європі [6]. Причому за абсолютним показником інтернет-аудиторії Україна входить до ТОП-10 (див. Рис. 8).

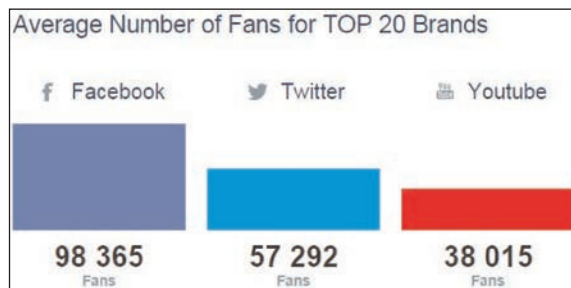
Рисунок 5.

Українські медіа у мережі Facebook



Рисунок 6.

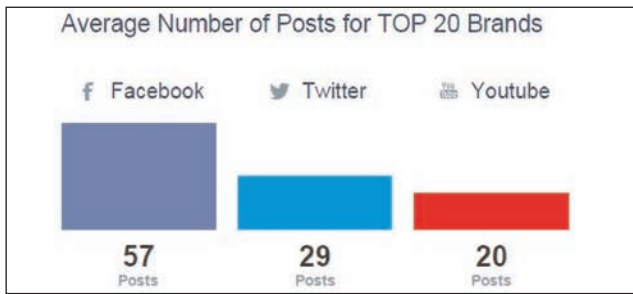
Кількість дописувачів мереж Facebook, Twitter, Youtube



Структуру аудиторії Facebook розглянемо на прикладі сторінки відбіркової комісії КНУ імені Тараса Шевченка в соціальних мережах від початку її створення 1 липня 2014 р. Тепер ця сторінка входить до ТОП-20 освітніх сторінок українського сегмента Facebook (див. Рис. 9) [8].



Рисунок 7.
Кількість постів у Facebook, Twitter, Youtube



Розподіл аудиторії за віковою ознакою (див. Рис. 10) приблизно повторює результати нашого дослідження, що дає змогу робити коректні порівняння та аналізувати закономірності. Слід відзначити, що на рисунку 10 теж відображено поділ аудиторії на жінок (верхня частина рисунка) та чоловіків (нижня частина рисунка). Отже, сумарна кількість відвідувачів категорії 18–44 є найбільшою і становить 80%. Це на 8% менше, ніж у нашому дослідженні. Різницю можна пояснити відмінністю критеріїв розподілу аудиторії зі стандартом Facebook. У результатах анкетування вікові межі були 18–50.

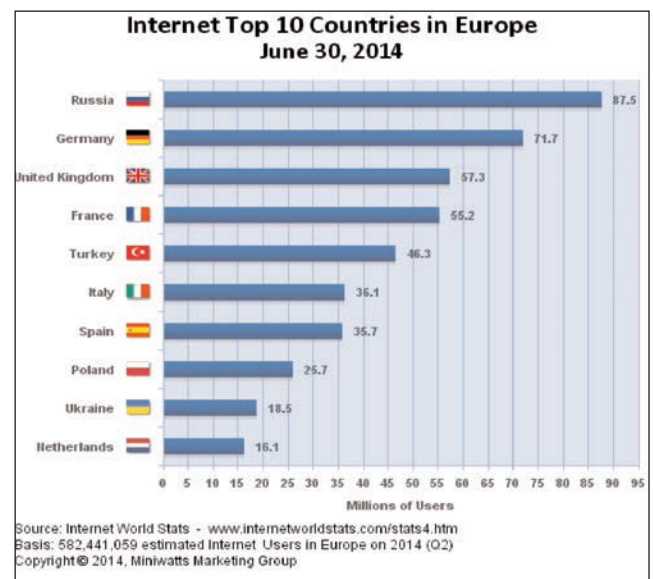
За сім місяців існування сторінки отримано такі результати:

- кількість показів будь-яких матеріалів зі сторінки – 6 447 102;
- основа сторінки (кількість читачів, які заходять щотижня) – 137 376;
- кількість відвідувачів, які бачили зміст або його частину, пов'язану зі сторінкою (охоплення аудиторії) – 4 201 211;
- загальна кількість уподобань («лайків») сторінки – 843;
- кількість показів матеріалів, пов'язаних зі сторінкою, на сторінках інших користувачів – 1 933 939;
- кількість переходів («кліків») на будь-якому контенті сторінки – 377 780.

Висновки. Отже, можна вести мову про ефективність соціальних медіа. За сім місяців існування сторінки з нею ознайомилися понад 4,2 млн читачів, переважно – по 600 тис. на місяць, а за

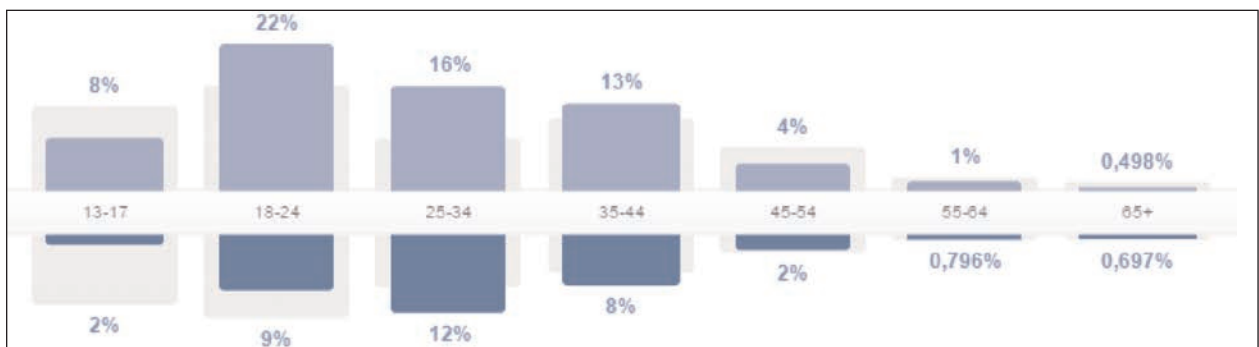
тиждень – по 150 тис. Тоді як щотижневий наклад паперових видань теж становить 150 тис. прим. Для мережевого видання, яке функціонує всього сім місяців без реклами, це вельми пристойний результат. Причому, якщо традиційні видання розповсюджуються здебільшого в одній країні, то читати ФВ-сторінку можуть користувачі з будь-якого місця земної кулі (див. Табл. 4). Сторінку відбіркової комісії у Facebook відвідували з 12 країн світу, а саме: України, Грузії, Молдови, Польщі, Білорусі, Німеччини, Канади, США, Іспанії, Португалії, Аргентини, Росії. Політика відкритості легко регулюється адміністраторами.

Рисунок 8.
Десятка європейських країн-лідерів за абсолютним показником інтернет-аудиторії



Таким чином, маємо підстави стверджувати, що тенденції розвитку українського сегмента всесвітньої павутини, відзначені раніше [5–9], зберігалися в 2014 р. і мають стійку тенденцію до розширення. Аудиторія соціальних медіа збільшується за рахунок привернення уваги читачів з інших вікових категорій, з інших ЗМІ та за допомогою використання кросмедійних технологій [3].

Рисунок 10.
Розподіл аудиторії Facebook за віковою ознакою





ТОП-20 освітніх сторінок в українському сегменті Facebook

Facebook Pages Stats in Ukraine			Total Fans	Rating
1		Isaac Pintosevich Systems	99 920	N/A
2		Dance Centre Myway	19 825	N/A
3		First Cambridge Education Center	14 160	N/A
4		Business Link	12 569	N/A
5		MBA Strategy	7 797	N/A
6		Kyiv School of Economics	7 308	N/A
7		Powerschool	6 665	N/A
8		Green Forest	6 462	N/A
9		Львівський національний університет імені Івана ...	5 896	N/A
10		Plagtracker.com Plagiarism checking service for you.	4 620	N/A
11		Aiesec Kyiv	3 524	N/A
12		Лакомый Английский	3 515	N/A
13		ВУЛИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ /Львів/	2 834	N/A
14		МАСТЕРСКАЯ УСПЕХА	1 817	N/A
15		MBA OU LINK	1 708	N/A
16		State Museum of Natural History (Lviv)	1 517	N/A
17		AEGEE-Kyiv	1 164	N/A
18		ИКРа.UA	1 051	N/A
19		Dream-teen	984	N/A
20		Інформація для абітурієнтів КНУ імені Тараса Шев...	844	N/A

Таблиця 8.

ТОП-10 країн-«відвідувачів» сторінки відбіркової комісії КНУ імені Тараса Шевченка

Країна	Кількість відвідувачів
Україна	393
Грузія	366
Аргентина	35
Казахстан	10
Португалія	4

Країна	Кількість відвідувачів
Азербайджан	4
США	3
Польща	3
Молдова	3
Ірак	3





Джерела і література

1. *Рябічев В. Л.* Розвиток інтернет-аудиторії в Україні (II половина 2012 р. – I половина 2013 р.) / В. Л. Рябічев, Є. О. Каранов, О. В. Рябічева // Наукові записки Інституту журналістики – 2014. – Т. 55. – С. 247–251.
2. *Рябічев В. Л.* Аудиторія українського сегменту всесвітньої мережі (друга половина 2013 року) / В. Л. Рябічев, В. В. Литвиненко // Наукові записки Інституту журналістики – 2014. – Т. 56. – С. 146–152.
3. *Рябічев В. Л.* Мультиплатформна концепція в сучасній журналістиці / В. Л. Рябічев // Наукові записки Інституту журналістики. – 2013. – Т. 52. – С. 98–101.
4. *Рябічев В. Л.* Практика роботи з соціальними медіа на прикладі газети «Aftonbladet» (Швеція) / В. Л. Рябічев, В. В. Литвиненко, Ю. М. Нестеряк // Інформаційне суспільство. – 2014. – № 19. – С. 88–94.
5. *Рябічев В. Л.* Сучасний стан розвитку мережних ЗМІ: європейський досвід та українська практика / В. Л. Рябічев, Ю. М. Нестеряк, Н. О. Ілляк // Інформаційне суспільство. – 2013. – № 17. – С. 5–10.
6. *Internetstats* [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.internetworldstats.com/stats4.htm#europe>. – Дата доступу: 08.02.2015.
7. *Рябічев В. Л.* Особливості соціальних медіа / В. Л. Рябічев // Актуальні питання масової комунікації. – 2013. – Т. 14. – С. 60–62.
8. *Socialbakers* [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.socialbakers.com/statistics/facebook/pages/total/ukraine/society/education/page-1-2/>. – Дата доступу: 08.02.2015.
9. *Рябічев В. Л.* Розвиток соціальних медіа в Україні протягом 2010–2012 рр. / В. Л. Рябічев, Є. О. Каранов, Я. А. Майструк // Наукові записки Інституту журналістики. – 2013. – Т. 51. – С. 157–160.

Reference list

1. *Riabichev V. L.* Rozvytok internet aud ytoriiiv Ukraini (Ipolovyna 2012 r. – Ipolovyna 2013 r.) / V. L. Riabichev, Ie. O. Karanov, O. V. Riabicheva // Naukovi zapysky Instytutu zhurnalistyky – 2014. – T. 55. – S. 247–251.
2. *Riabichev V. L.* Audytoriiia ukrainskoho sehmentu vsesvitnoi merezhi (druha polovyna 2013 roku) / V. L. Riabichev, V. V. Lytvynenko // Naukovi zapysky Instytutu zhurnalistyky – 2014. – T. 56. – S. 146–152.
3. *Riabichev V. L.* Multyplatformna kontseptsiiia v suchasni zhurnalistytsi / V. L. Riabichev // Naukovi zapysky Instytutu zhurnalistyky. – 2013. – T. 52. – S. 98–101.
4. *Riabichev V. L.* Praktyka roboty z sotsialnymy media na prykladi hazety «Aftonbladet» (Shvetsiia) / V. L. Riabichev, V. V. Lytvynenko, Iu. M. Nesteriak // Informatsiine suspilstvo. – 2014. – № 19. – S. 88–94.
5. *Riabichev V. L.* Suchasnyi stan rozvytku merezhnykh ZMI: yevropeiskyi dosvid ta ukrainska praktyka / V. L. Riabichev, Iu. M. Nesteriak, N. O. Illiuk // Informatsiine suspilstvo. – 2013. – № 17. – S. 5–10.
6. *Internetstats* [Electronic resource]. – Reference: <http://www.internetworldstats.com/stats4.htm#europe>. – Accessed: 08.02.2015.
7. *Riabichev V. L.* Osoblyvosti sotsialnykh media / V. L. Riabichev // Aktualni pytannia masovoi komunikatsii. – 2013. – T. 14. – S. 60–62.
8. *Socialbakers* [Electronic resource]. – Reference: <http://www.socialbakers.com/statistics/facebook/pages/total/ukraine/society/education/page-1-2/>. – Accessed: 08.02.2015.
9. *Riabichev V. L.* Rozvytok sotsialnykh media v Ukraini protiahom 2010–2012 rr. / V. L. Riabichev, Ie. O. Karanov, Ia. A. Mastruk // Naukovi zapysky Instytutu zhurnalistyky. – 2013. – T. 51. – S. 157–160.

Подано до редакції 15. 02. 2015 р.

Рябічев В. Л., Артющик А. О., Рябічева О. В.

Тенденции развития социальных медиа в Украине в 2014 г.

РЕФЕРАТ. Рассмотрено современное состояние и основные тенденции развития интернет-аудитории в Украине в течение 2014 г. Представлены результаты измерений и выполнен сравнительный анализ с аналогичными исследованиями 2012–2013 гг.; определены направления развития социальных медиа.

В рамках кафедрального исследования осуществлено распределение аудитории сетевых медиа по возрастному признаку, отдельно в каждой возрастной группе определены тенденции трансформации аудитории, изучена корреляция ее параметров относительно предыдущих исследований и в сравнении с традиционными СМИ. В частности, рассмотрены вопросы развития украинской аудитории социальной сети Facebook на примере страницы отборочной комиссии Киевского национального университета имени Тараса Шевченко, разработанной в рамках проекта информатизации.

Получены убедительные доказательства возможности стремительного охвата аудитории за короткий промежуток времени. Причем аудитории не только украинской, но и пользователей из 12 стран.

Констатируется значительное увеличение разнообразия контента за счет кроссмедийных технологий и социальных медиа. Определены направления дальнейшей эволюции традиционных медиа, которые находятся под заметным влиянием всемирной паутины.

Ключевые слова: социальные медиа, традиционные медиа, социальные сети, аудитория, опросы, интернет-журналистика, кроссмедиа, Facebook.