УДК 323.2

Збрицька Л. Г.

ВПЛИВ МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ НА ПОЛІТИЧНІ ІНТЕРЕСИ СУЧАСНИХ УКРАЇНСЬКИХ ГРОМАДЯН

У статті розглядається Інтернет як ресурс, який динамічно розвивається та впливає і інформує сучасних громадян України, цим самим формуючи їхні політичні інтереси.
Ключові слова: мас-медіа, Інтернет, політичний інтерес.

Збрицкая Л. Г. Влияние сети Интернет на политические интересы современных украинских граждан.

В статье рассматривается Интернет как динамично развивающийся ресурс влияния и информирования современных граждан Украины, определяющий их политические интересы.
Ключевые слова: масс-медиа, Интернет, политический интерес.

Zbritskaya L. G. The influence of the Internet on the modern Ukrainian citizens' political interests.

The article deals with the Internet as a dynamic resource of influence and awareness of contemporary Ukrainian citizens determining their political interests.

The purpose of this paper is to answer the question of how much in transforming the Ukrainian state requirement can be met using the Internet, and how significant is its impact on modern Ukrainian citizens.

To achieve this goal the article solves such problems: 1) briefly describes the theory justifying the impact of the Internet in today's world; 2) identifies the prevalence of Internet networks in modern Ukraine; 3) determines the specifics of Ukrainian Internet audience, its structure and its user preferences; 4) considers the role of political topics in the system of all Internet preferences of Ukrainians.

Accordingly, the object of this study is the impact of the Internet on society as a whole, and the subject – its impact on the political interests of the modern Ukrainian citizens.

At the moment of the end of 2012 about 40 % of Ukrainians have access to the Internet and about 80 % of computers have connected to it. The Internet audience in Ukraine is very diverse, and includes all age and regional category. In the gender distribution of Ukrainians also observed equality. One of the main goals of the nonworking use of Internet resources is the search for information and this information is largely political.

All this leads to the conclusion that the Internet creates an interest in politics, makes it possible to obtain information about it, share opinions, attitudes and perceptions, and to adjust their behaviour in accordance with the political attitudes which they are broadcast.
Key words: media, Internet, political interest.

Той факт, що в сучасному світі Інтернет є однією з базових, практично вітальних потреб величезної кількості людей, не є ні для кого секретом. Також не викликає сумнівів той факт, що його вплив на всі сфери суспільного життя, в тому числі політичну, є досить значним. Питання полягає в тому, наскільки в транзитивному суспільстві Української Держави може задовольнятися ця потреба, і наскільки значним є цей вплив. Пошук відповідей на ці питання і є, по суті, метою даної роботи.

Для реалізації поставленої мети в статті вирішуються такі завдання:

1. Позначити авторів, які обґрунтовують вплив Інтернету в сучасному світі;
2. Дослідити поширеність мереж Інтернету в сучасній Україні;
3. Визначити специфіку української Інтернет-аудиторії: її склад і її користувальницькі інтереси;

4. Розглянути роль політичних тематик в системі всіх Інтернет-уподобань українців.

Відповідно, об'єктом даного дослідження є вплив Інтернету на суспільство в цілому, а предметом – його вплив на політичні інтереси сучасних українських громадян.

Почнемо з першого позначеного завдання. Визнання за комунікаціями статусу глобальних почалося з робіт відомих представників торонтської школи Г. Інніса і Г. Маклюена.

У своїх роботах, таких, як «Імперія і комунікація», Г. Інніс продемонстрував, що зміна способу і носія інформації обумовлює політичні перетворення в світі [1]. Г. Маклюен розвинув ці ідеї. У своїй роботі «Розуміння мас-медіа» він розглянув історію людства через призму засобів комунікації, які самі формують і, в підсумку, «стискають» соціальний світ за допомогою тотального проникнення інформації [2].

Розглянуті автори були не єдиними, хто передрікав появу та розвиток мережі Інтернет і говорив про його визначальну роль у соціальному і політичному процесі. Ю. Габермас в основу політичного процесу ставив обговорення різних думок у рамках публічної сфери. І не зважаючи на те, що надалі ці ідеї були піддані критиці, вони знайшли своє застосування вже в аналізі мережевих комунікацій [3]. У цілому аналізом різних соціальних моментів, пов'язаних з Інтернетом, займалися багато дослідників, такі, як Б. Велман, П. Коллок, Т. Постмен та інші.

Одним з найбільш відомих авторів, які розглядали політичні аспекти взаємодії Інтернету, так само як і інших глобальних ЗМІ, з національною державою, є М. Прайс, який у своїх роботах, таких як «Масс-медіа і державний суверенітет. Глобальна інформаційна революція і її виклик владі держави», «Телебачення, телекомунікації і перехідний період: право, суспільство і національна ідентичність» розкрив безліч найбільш важливих проблемних моментів взаємодії цих політичних суб'єктів у глобальну епоху, які багато в чому є суперечливими.

Розмірковуючи про лояльність та ідентичність в сучасному світі, М. Прайс зазначає, що «навіть в переповненому інформацією світі залишається місце для системи суспільного мовлення, яке фінансується урядом і повинна допомагати визначати і відображати національну ідентичність» [4].

Не є виключенням у даному випадку і Україна. Починаючи розглядати тенденції розвитку Інтернету в нашій державі, необхідно зазначити, що тут цей процес практично збігся з впровадженням технології гіпертекстових зв'язків World Wide Web (WWW).

1 грудня 1992 р. в InterNIC був офіційно зареєстрований домен UA. Цю дату можна вважати днем народження вітчизняного Інтернету. Якщо в 1998-му число українських користувачів мережі становило всього 30 тис. чоловік, то роком пізніше воно досягло 190–200 тис., а до кінця 2001 року – вже 750 тис. [5].

Для розвитку ринку в листопаді 2000 р. була створена Інтернет- асоціація України (ІнАУ). Вона сприяє розвитку українського сегменту глобальної мережі, координує взаємодії учасників, пропагує, розробляє і втілює проекти, спрямовані на поліпшення умов функціонування ринку Інтернет-послуг. Роком пізніше ІнАУ був створений третейський суд (згідно з вимогами ICANN, лише він може вирішувати спори з питань доменів) [6].

На момент 2012 р., за даними цифрових видань «PlusOne» (plusone.com.ua) і «Watcher» (watcher.com.ua), Україна займала за поширеністю Інтернету 9-те місце в Європі [5]. А за даними ІнАУ, в 2012 р. в ній налічувалося 19,9 млн. або 51 % жителів, які мали доступ до мережі Інтернет. З них діяльність у сфері ІТ здійснювали 2,675 тис. суб'єктів господарювання, і 16 % домогосподарств мали широкосмуговий доступ до мережі [6]. При цьому важливо відзначити, що на сьогодні вже 12 % українців не мають вдома телевізора і користуються тільки Інтернетом для отримання інформації [5].

Цей показник є дуже значним, оскільки на момент кінця 2012 р. ринок інформаційних технологій склав більше 4,6 % ВВП України і, відповідно, є не тільки джерелом розваг для українців, а й джерелом національного доходу та розвитку [6].

Значимість такого результату підтверджують дані регулярного дослідження ринку телеком-послуг «GfK Ukraine», проведеному в кінці 2012 р., яке продемонструвало, що кількість регулярних Інтернет-користувачів України в останні роки постійно збільшується [7].

У цілому, зростання регулярної Інтернет-аудиторії України в останні роки було стабільним і активним. Вона збільшилася з 5,8 млн. чоловік в 2008 р. до15,09 млн. наприкінці 2012 р. і склала 39 % громадян країни. При цьому кожен рік темпи зростання збільшувалися на 25–33 % у порівнянні з попереднім. Це дозволяє припустити, що на сьогоднішній момент частка громадян, які мають Інтернет, складає до 60 % населення, з них регулярними користувачами повинні бути не менше 45 %.

Картина підключеності комп'ютерів до Інтернету ще більш оптимістична. Відповідно з тим же дослідженням, у кінці 2012 р. більше 80 % комп'ютерів мали Інтернет-підключення [7].

Динаміка в процесі «інтернетизації» також була постійною і позитивною: з 36 % у 2007 р. цифра зросла до 82 % у 2012 р. Це дає можливість говорити про фізичну здатність більшості громадян України скористатися Інтернетом при їх бажанні. Про те, які групи (за принципом проживання, а також віковим і гендерним) більшою чи меншою мірою мають таке бажання, можна також судити з графіків означеного дослідження [7].

Темпи зростання Інтернет- аудиторії, що виділяються за умовою місця, очевидні. Інтервал динаміки знаходиться в межах від 83 % до 216 %. До найбільшого зросту схильними виявилися міста з населенням до 50 тис. осіб, хоча й інші населені пункти, включаючи села (198 %) не менш значні [7].

Динаміка зростання за умовою віку не настільки очевидна в деяких категоріях, таких, наприклад, як група 16–19 років, однак інтервал набагато більш широкий і знаходиться в межах від 41 % (16–19 років) до 410 % (60 і старші).

Останній показник, який найбільш очевидно демонструє постійно зростаюче прагнення громадян до користування Інтернетом – це гендерний. Поділ Інтернет-аудиторії за цим критерієм дає цікавий результат. Так, якщо в 2008 р. більше половини Інтернет-аудиторії становили чоловіки (55,8 %), то у 2012 р. вона розділилася практично порівну, і жінки стали користуватися Інтернетом такою ж мірою [7].

Це спостереження важливе, тому що використання чоловіками Інтернету часто пояснюється їх професійними обов'язками, які не мають відношення до політики, в той час як жінки більш схильні шукати інформацію, цікаву особисто їм.

Про те, яку кількість часу українські громадяни приділяють Інтернету поза роботою, можна судити з таких показників. Більше половини громадян України користуються ним поза роботою від 1 до 10 год. на тиждень (з яких половина використовує його від 2-х до 5-ти год.). Хоча є серед них ті, хто використовують Інтернет понад 51 год. [11]. Ці цифри є вельми немаленькими, оскільки інтервал протяжністю до 10-ти годин часто і є всім вільним від роботи часом людини, і цей інтервал вона воліє провести в Інтернеті [7]. При цьому зрозуміло, що зміст такого перебування може бути досить різноманітним, починаючи з електронної пошти та соціальних мереж і закінчуючи пошуком різноманітної інформації і тієї ж роботи, яка є однією з базових потреб людини.

Як можна бачити з даних дослідження, такі базові для людини потреби, як здоров'я і робота знаходяться на нижніх рядах, набираючи в 2012 р. від 12 % (робота) до 21 % (здоров'я) тих, хто ними цікавиться.

На відміну від цього, пошук інформації, до якої входить і політична, досягає 36 % і поступається тільки соціальним мережам (56 %), роботі з електронною поштою (52 %) і завантаженню фільмів і музики (41 %) [7].

Домінування соціальних мереж у цьому списку не є дивним, оскільки 90 % українських користувачів Інтернетом, або кожен третій українець, регулярно відвідують соціальні мережі. Щомісяця міжнародну мережу «Фейсбук» відвідують 2 млн. українців, соціальні

мережі «Однокласники» та «В Контакте» – 7 і 10 млн. відповідно [7].

При цьому не тільки прості громадяни є активними учасниками соціальних мереж. На даний момент кожні чотири з п'яти популярних українських політиків, а також 10 % депутатів ВР представлені у «Фейсбуці» [5].

Це доводить, що Інтернет сприймається і використовується українськими громадянами в першу чергу як джерело отримання інформації та спілкування, а не якихось реальних благ.

Інтерес української аудиторії до політики, що доводиться тим, що інформацію в тому числі і про неї шукають українці в Інтернеті, демонструють кілька загальних і локальних прикладів.

Найбільш загальним прикладом є результати дослідження, проведеного інститутом Горшеніна ще наприкінці 2011 р. Виходячи зі стійкості інтересів українських громадян, можна очікувати, що загальна логіка результатів цього дослідження збереглася донині [8]. Згідно з результатами опитування, політична інформація займає в цьому списку перше місце, вона цікавить трохи більше половини (51,7 %) опитаних. Практично настільки ж українців у 2011 р. цікавила економіка (50,2 %) і далі, за зменшенням, соціальна сфера (35,6 %), кримінальна (28,9 %), спортивна (25,5 %), культурна (24,5 %) і гуманітарна (17,4 %) [8].

Все це підтверджує висловлене раніше припущення про те, що українська аудиторія шукає в першу чергу інформацію, що не стосується її базових потреб, а швидше розширює кругозір і уявлення про події в Україні. Крім того, на основі цього дослідження можна з упевненістю говорити про те, що значну частину інформації, яку шукають в Інтернеті, займає саме інформація про політику.

Більш локальним підтвердження цьому служить дослідження кампанії «GfK Ukraine», проведене у 2009 р. серед покупців «аптечної» косметики. Серед безлічі інших питань цього дослідження значилося питання про їх медіа-уподобання. 34 % опитаних (для порівняння у 2008 р. ця цифра становила 22 %) відповіли, що їм цікавіші політичні та економічні новини, а не новини світського життя [9]. Очевидно, що цей результат повністю підтверджує попередній, хоча він був отриманий на дослідженні набагато більш обмеженої категорії українських громадян.

Ще одним маленьким прикладом може бути дослідження Центру Разумкова, проведене в 2008 р. У результаті цього дослідження стало відомо, що 41,1 % респондентів постійно стежать за подіями політичного життя в Україні [10].

Таким чином можна стверджувати, що громадяни України активно користуються Інтернетом, мають до нього доступ, і в більшості своїй використовують Інтернет для спілкування та отримання різного роду інформації. Відповідно, можна говорити про те, що саме Інтернет формує їхні політичні інтереси. Це нам доводять цифри останніх наведених досліджень, які показують, що українські громадяни цікавляться темою політики і хочуть отримувати інформацію саме про неї. Останній момент, який необхідно з'ясувати, – це чи отримують вони інформацію про політику саме з Інтернету. Також, як і в попередньому моменті, наведемо кілька локальних прикладів, які послужать індикаторами загальної закономірності.

За результатами дослідження вже згаданого нами центру Разумкова, у 2009 р. до 12,6 % кримчан вважали різні сайти основним джерелом інформації про кримських події [11]. Найбільшою популярністю у кримчан у 2009 р. користувалися російські сайти, що набирали найбільший відсоток серед інших сайтів. На другому місці українські (10 %), потім місцеві, які включали в себе кримські та міські (9,6 %), і найменшою мірою користувалися популярністю інтернет-сайти інших країн (6,3 %).

У зіставленні з тією значною динамікою користування Інтернетом, яку ми простежили раніше, можна назвати наведені результати вельми показовими. Зазначений відсоток користувачів не просто вказав Інтернет як одне з джерел інформації, а назвав його основним.

Подібний приклад можна привести і по всій Україні. Ще одне дослідження цього ж центру показало, що ще в 2008 р. 9 % українських громадян отримували інформацію саме з

українських Інтернет-сайтів, таку суто політичну інформацію, як повідомлення про блок НАТО [12]. Зазначений відсоток сам по собі є не дуже великим, але повертаючись до показників користування саме в 2008 р., можна відзначити, що він є достатнім для української аудиторії.

Підводячи підсумки даного дослідження, відзначимо, що аналіз численних і різноманітних даних дозволив простежити, наскільки сучасна Україна охоплена мережею Інтернет і наскільки цей ресурс інформації є популярним і затребуваним серед українських громадян.

На момент кінця 2012 р. близько 40 % українців мали доступ до Інтернету, і близько 80 % комп'ютерів мали до нього підключення. Аудиторія Інтернету в Україні досить різноманітна і включає в себе всі вікові та регіональні категорії. У гендерному розподілі українців також спостерігається рівність. Однією з основних цілей неробочого використання Інтернет-ресурсів є пошук інформації. І як можна переконатися на різних прикладах, інформація ця є багато в чому саме політичною. Це дозволяє нам зробити висновок про те, що Інтернет формує інтерес до політики, дає можливість отримувати про неї інформацію, обмінюватися думками, настроями і уявленнями, а також коригувати свою поведінку відповідно з політичними установками, які їм транслюються.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

1. Innis H. Empire and Communication / H. Innis. – Oxford : University of Oxford Press, 1950.
2. Маклюэн Г. М. Понимание Медиа: Внешние расширения человека / Г. М. Маклюэн. – М., 2003. – 464 с.
3. Perrolle J. Conversations and Trust in Computer Interfaces / J. Perrolle [C. Dunlop, R. Klind eds.] // Computerization and Controversy. – N. Y. : Academic Press, 1993.
4. Прайс М. Телевидение, телекоммуникации и переходный период: право, общество и национальная идентичность / М. Прайс – М. : Изд-во Моск. ун-та, 2000. – 336 с.
5. Журавлев А. В. Интернет-сообщества как весомый фактор общественно-политической жизни Украины [Електронний ресурс] / А. В. Журавлев. – Режим доступу : http://www.vidkryti-ochi.org.ua/2012/11/blog-post.htm
6. Рынок IT в Украине составляет более 4,6 % ВВП [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://biz.liga.net/all/it/novosti/2330791-rynok-it-v-ukraine-sostavlyaet-bolee-4-6-vvp-inau.htm
7. Вышлинский Г. Как меняется профиль и потребности украинских интернет-пользователей [Електронний ресурс] / Глеб Вышлинский. – Режим доступу : http://www.gfk.ua/cgi/fts_search_all.pl
8. Украинцы самостоятельно анализируют информацию из СМИ – опрос [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://institute.gorshenin.ua/news/600_ukraintsi_samostoyatelno.html
9. Изменения медиа-предпочтений покупателей «аптечной» косметики [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.gfk.ua/cgi/fts_search_all.pl
10. Чи можна про Вас сказати, що Ви постійно слідкуєте за подіями політичного життя України? [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.razumkov.org.ua/ukr/poll.php?poll_id=345
11. Які ЗМІ є для Вас головним джерелом інформації про події у Криму? (опитування в Криму) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.razumkov.org.ua/ukr/poll.php?poll_id=729
12. З яких засобів масової інформації Ви отримуєте інформацію про НАТО? [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.razumkov.org.ua/ukr/poll.php?poll_id=74