

УДК 911.3

Мезенцева Н.І., к.г.н., доц., Савін О.О., студ.
Київський національний університет імені Тараса Шевченка

ЧИННИКИ РОЗВИТКУ ІНФОРМАЦІЙНОЇ СФЕРИ В РЕГІОНАХ УКРАЇНИ

Розкрито сутність інформаційної сфери та теорії дифузії інформації. Визначено соціально-економічні чинники розвитку інформаційної сфери в регіонах України. З використанням методу кореляційного аналізу проаналізовано вплив соціально-економічних індикаторів на розвиток інформаційної сфери в Україні.

The essence of information field as well as the theory of information diffusion is disclosed. The socio-economic factors of information field development in Ukrainian regions are investigated. The socio-economic indicators' impact on the development of information field in Ukraine is analyzed based on the correlation analysis.

Вступ. Постановка проблеми. Інформація відіграє важливу в розвитку сучасного суспільства. Без перебільшення сучасне суспільство називають суспільством інформації (інформаційним суспільством). Інформація дозволяє людству ефективно та раціонально співпрацювати з екосистемами, допомагає підвищити конкурентоспроможність регіонів та сприяє розвитку людини, як індивідуума.

Інформаційна сфера функціонує під впливом цілого ряду соціально-економічних чинників. Виявлення їх сутності, визначення сили взаємовпливу та регіональних особливостей розвитку інформаційної сфери є завданням суспільної географії. Власне це і зумовило актуальність даного дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Основними напрямками сучасних досліджень інформаційної сфери є аналіз процесу становлення та розвитку інформаційного суспільства, тенденцій розвитку інформаційної сфери в світовому масштабі та на рівні держав, моніторинг і наукове осмислення основних загроз в інформаційній сфері та розробка рекомендацій щодо забезпечення інформаційної безпеки держави в умовах становлення інформаційного суспільства, визначення форм і методів інформаційного супроводу державної політики.

В суспільній географії питанням дослідження інформаційного суспільства присвячені роботи М. Багрова, К. Немця. Територіальна організація окремих складових інформаційної сфери проаналізована В. Лисенком, І. Ковтуник.

Формування цілей статті, постановка завдання. Метою написання даної роботи є з'ясування сутності інформаційної сфери та аналіз соціально-економічних чинників, що впливають на її розвиток в регіонах України.

Виклад основного матеріалу. Інформація є абстрактним поняттям, що має різні значення залежно від контексту. Термін походить від латинського слова «informatio», яке має декілька значень: роз'яснення, просвіта, тлумачення. У філософії під інформацією розуміють відображення реального світу.

Погляд на інформацію з точки зору її споживачів окреслює розуміння інформації як нових відомостей, які прийняті, зрозумілі і оцінені її користувачем як корисні. Іншими словами, інформація — це нові знання, які отримує суб'єкт у результаті сприйняття і переробки певних відомостей.

У тлумачному словнику С. Ожегова слово “*інформація*” трактується як відомості про навколишній світ і процеси, які в ньому відбуваються, які сприймаються людиною або спеціальним пристроєм, а також відомості про стан справ, про стан чого-небудь [1].

Залежно від сфери дослідження і від класу завдань, для яких вводиться поняття “*інформація*”, виділяють такі її визначення: позначення змісту, отриманого із зовнішнього світу; комунікація, зв'язок, у процесі якого усувається невизначеність; передача різноманітності; ймовірність вибору; оригінальність і міра складності; повідомлення, відображення взаємостосунків між явищами; категорія, що відображає певну властивість речей; відображення у свідомості людей причинно-наслідкових зв'язків у навколишньому реальному світі [2].

В енциклопедичному словнику *інформація* розглядається як „відомості, які передаються людьми усним, письмовим або іншим способом (за допомогою умовних сигналів, технічних засобів тощо)” [3]. Згідно чинного законодавства України категорія «інформація» визначається як «будь-які відомості та/або дані, які можуть бути збережені на матеріальних носіях або відображені в електронному вигляді» [4].

В сучасних країнах інформація стає одним з стратегічних ресурсів держави і суспільства, ресурсом соціально-економічного, технологічного і культурного розвитку. Рушійною силою розвитку інформаційного суспільства виступає інформаційна сфера.

Інформаційна сфера – це складова економіки, що займається виробництвом, обробкою, зберіганням, передачею і розповсюдженням інформації і знань. Вона включає сукупність інформації, інформаційної інфраструктури, яка збирає, формує, розповсюджує і використовує інформацію, а також системи регулювання суспільних відносин, які при цьому виникають [5].

Інформаційна сфера виникла як потреба суспільства в інформації для вирішення конкретних завдань або досягнення якоїсь мети. На думку М. Багрова важливим завданням сьогодення є зосередження зусиль на дослідженні закономірностей розвитку інформаційного суспільства та їх географічній інтерпретації. Такими закономірностями на думку вченого є наступні: визначальна роль інформаційних, телекомунікаційних технологій та

інноваційного середовища; залежність глобальної перебудови економіки від мереженої організації та фінансових ринків; поляризація і нерівномірний розподіл матеріальних благ, створення “четвертого світу”; формування у новому гео економічному просторі геополітичних мегарегіонів [7].

Економічною наукою, як вітчизняною, так і зарубіжною, не вироблено єдиного загальноприйнятого трактування поняття «інформаційна сфера економіки». Для позначення її використовуються різні терміни: «інформаційна економіка» (information economy), «індустрія знань» (knowledge industry), «інформаційна індустрія» (information industry) «інформаційна галузь» тощо.

До перших зарубіжних дослідників структури інформаційної сфери відносять американського економіста Ф. Махлупа — автора концепції «індустрії знань», який інформаційну сферу розглядав як сукупність різних об'єктів, що виробляють знання, інформаційні товари та послуги як для себе, так і для інших. За Ф. Махлупом, «індустрія знань» включає численні види людської діяльності, які можуть бути об'єднані у такі п'ять груп: наукові дослідження та розробки, освіта, засоби масового спілкування, інформаційні машини, інформаційні послуги.

Теоретичну основу функціонування і розвитку інформаційної сфери формує **теорія поширення інновацій**. Теорія розповсюдження та засвоєння інновацій була розроблена в 30-х роках ХХ століття і доповнена професором Стенфордського університету Евереттом Роджерсом. Результати його досліджень були опубліковані у монографії, яка називається Diffusion of Innovations («Дифузія інновацій») [6]. Проблеми дифузії (поширення) інформації у теоретичному і методичному аспектах вивчали Т. Хагерstrand, Р. Доманський, Б. Еккель, П. Хаггет, Р. Морілл, П. Тойн та інші вчені.

Під поширенням і засвоєнням інновацій Е. Роджерс та інші дослідники розуміють процес, в ході якого інновація по певних каналах поширюється серед членів соціальної системи. Інновацією вважається ідея чи об'єкт, новизна якого відчувається людьми. Дифузія – це процес, під час якого інновація з плином часу через певні канали поширюється серед членів соціальної системи.

Відповідно даній теорії процес поширення і засвоєння інновацій складається з п'яти етапів [6].

1. Поінформованість (Awareness) – на даній стадії особа вперше дізнається про існування продукту, послуги, ідеї, але немає повної інформації про нього. Інформація передається з якого-небудь каналу комунікації, як правило, ЗМІ, але іноді і через міжособистісні контакти за допомогою листа.

2. Інтерес (Interest) – на даному етапі особа відчуває інтерес до нововведення і здійснює пошук додаткової інформації про нього. Зазвичай даний етап протікає у свідомості людини, яка зважає переваги нового товару, послуги або ідеї стосовно власного життя.

3. Перевірка (Evaluation) – особа вивчає інновацію, перевіряє ідею або продукт на інших індивідах, ґрунтуючись на своїй оцінці і думках інших людей, починає схилитися або до прийому, або до відкидання інновації.

4. Оцінка (Trial) – на цій стадії особа продовжує оцінювати наслідки свого рішення, тому що потребує підтвердження його правильності. Навіть якщо спочатку індивід вирішив не приймати інновацію, нова інформація або економічна необхідність можуть змусити його прийняти нововведення.

5. Засвоєння (Adoption) – особа включає нову ідею в систему своїх поглядів або приймає остаточне рішення про подальше використання товару чи послуги.

Інновації з'являючись в окремих місцях, а потім поширюються на значні території земної поверхні. Деякі інновації впроваджуються повільно і спокійно, інші навпаки швидко. Найчастіше вивчають останні через можливість прослідкувати весь цикл дифузії за відносно короткий проміжок часу.

Поняття “дифузія” для означення просторових аспектів поширення інформації використовується в двох значеннях – дифузія розширення та дифузія переміщення. Дифузія розширення передбачає, що інформація поширюється від одного району до іншого і за певний період часу до вже існуючого району її поширення додаються нові території, внаслідок чого змінюється загальне розміщення. Дифузія переміщення передбачає, що явища і предмети залишають території де вони виникли, і переміщуються на нові території [6].

Т. Хагерстранд виділив *6 елементів просторової дифузії*: територія, в межах якої відбувається процес; час, який може бути неперервним або ж поділений на фази; сам об'єкт дифузії (люди, телефони, одяг, інформація, хвороби тощо); місця виникнення; місця призначення; траєкторії, по яких переміщуються об'єкти в процесі дифузії.

Існує кілька основних етапів “життєвого циклу” інновації: етап зародження інновації; етап винаходу; етап нововведення; етап поширення інновації; етап панування інновації; етап скорочення масштабів використання інновації. Кожен етап в середньому триває 10-15 років.

На думку Т. Хагерстранда, процес дифузії інновацій має вигляд *інноваційної хвилі*, поширення якої по території включає 4 стадії:

- початкова стадія, що відповідає виникненню умов для процесу дифузії. На цій стадії виділяються центри сприйняття інновації та контрастні їм інші території;

- стадія дифузії, що характеризується швидким виникненням нових центрів сприйняття, які віддалені від первинних центрів, і зменшенням поляризації території за рівнем проникнення інновацій;

- стадія накопичення, для якої характерне зростання кількості акцепторів рівномірно по всій території незалежно від відстані до центру поширення інновації;

- стадія насичення, як кінцева, під час якої відбувається уповільнення, а потім і припинення процесу дифузії. Вона характеризується незначними територіальними відмінностями в рівні проникнення інновації.

Як зазначає О. Шаблій, найліпше теорія дифузії інновацій виявляється у концепції просторової дифузії інформації на основі міжлюдських контактів.

В процесі дослідження такої складової інформаційної сфери України, як надання послуг, ми виділили такі її компоненти:

- традиційні галузі надання інформаційних послуг: поштовий зв'язок (листування, відправлення телеграм, переказів), стаціонарний телефонний зв'язок, телевізійний та радіозв'язок;

- сучасні галузі надання інформаційних послуг: мобільний зв'язок, послуги Інтернету.

На розвиток інформаційної сфери регіонів України на даному етапі її розвитку найсуттєвіший вплив мають *соціально-економічні чинники*. Вони включають, насамперед, рівень соціально-економічного розвитку території, рівень її конкурентоспроможності, рівень урбанізації, стан і можливості інфраструктурного забезпечення. Основними соціально-економічними індикаторами чинників розвитку інформаційної сфери є ВРП на душу населення, ВДВ на одну особу, номінальна заробітна плата найманих працівників, доходи на одну особу, рівень зайнятості, рівень зареєстрованого безробіття, рівень урбанізації території. Коефіцієнти кореляції між кількістю користувачів послуг зв'язку та показниками соціально-економічного розвитку наведені в таблиці 1.

Табл. 1.

Коефіцієнти кореляції між кількістю користувачів послуг зв'язку та показниками соціально-економічного розвитку регіонів України

	Відправлені листи	Стаціонарні телефонні апарати	Абоненти мобільного зв'язку	Абоненти кабельного телебачення	Абоненти Інтернет
ВРП на одну особу, грн.	0,92	0,82	0,87	0,71	0,86
ВДВ на одну особу, грн.	0,94	0,83	0,89	0,72	0,89
Заробітна плата, грн.	0,87	0,75	0,83	0,69	0,80
Доходи на одну особу, грн.	0,95	0,80	0,89	0,73	0,86
Рівень зареєстрованого безробіття, %	-0,47	-0,48	-0,48	-0,46	-0,54
Рівень урбанізації, %	0,51	0,61	0,48	0,75	0,50

Розрахунок парних коефіцієнтів кореляції визначив, що тіснота зв'язку між показниками, які презентують соціально-економічні чинники, та кількістю користувачів традиційних і сучасних послуг зв'язку у регіонах України є такою:

1) кількість користувачів Інтернету має високий рівень тісноти зв'язку з індикаторами доходів населення та рівня економічного розвитку території. Зокрема найвищою тіснота зв'язку є із ВДВ на одну особу (0,89) та ВРП і доходами на одну особу (по 0,86). При цьому зв'язок явищ є прямим. Рівень урбанізації території суттєво не впливає на кількість абонентів Інтернету. Зв'язок із рівнем безробіття логічно є оберненим і характеризується невисокою тісністю;

2) кількість абонентів кабельного телебачення має високий рівень тісноти зв'язку із рівнем урбанізації території (0,75), доходами населення (0,73), ВДВ та ВРП на одну особу (0,72 та 0,71 відповідно). При цьому зв'язок явищ є прямим;

3) кількість абонентів мобільного зв'язку характеризується високим рівнем кореляції з доходами населення і ВДВ на одну особу (по 0,89) та ВРП на одну особу і заробітною платою (0,87 і 0,83 відповідно);

4) кількість стаціонарних телефонних апаратів також має високий рівень тісноти зв'язку з індикаторами доходів населення та рівня економічного розвитку території. Зокрема найвищою тіснота зв'язку є із ВДВ та ВРП на одну особу (0,83 і 0,82 відповідно) а також доходами на одну особу та рівнем заробітної плати (0,80 і 0,75). Зв'язок явищ є прямим. Рівень урбанізації території також впливає на кількість стаціонарних телефонних апаратів (коефіцієнт кореляції складає 0,61);

5) кількість користувачів такої послуги, як відправлення листів, має високий рівень тісноти зв'язку із доходами населення (0,95), ВДВ та ВРП на одну особу (0,94 та 0,92 відповідно) і рівнем заробітної плати (0,87).

В цілому можна зробити висновок, що на розвиток різних видів послуг зв'язку найсуттєвіший вплив мають рівень доходів населення та рівень соціально-економічного розвитку регіону. Щодо рівня урбанізації території, то його вплив є суттєвим на кількість абонентів кабельного телебачення та стаціонарних телефонних апаратів. Зв'язок поширення різних видів інформаційних послуг із рівнем безробіття населення є оберненим і характеризується слабкою тісністю.

Висновки та перспективи подальших розвідок. Теоретичну основу функціонування і розвитку інформаційної сфери формує теорія поширення інновацій. Процес дифузії інновацій має вигляд інноваційної хвилі, поширення якої по території включає чотири стадії. На розвиток інформаційної сфери регіонів України на даному етапі її розвитку найсуттєвіший вплив мають соціально-економічні чинники: рівень соціально-економічного розвитку території та рівень доходів населення. Подальші суспільно-географічні дослідження інформаційної сфери передбачають аналіз територіальної організації її компонентів та виявлення територіальних відмін у розвитку галузі.

Список використаних джерел:

1. *Ожегов С. И.* Толковый словарь русского языка / С. И. Ожегов, Н. Ю. Шведова – М: Азъ, 1992.
2. *Черняк Ю. И.* Информация и управление / Ю. И. Черняк. – М: Наука, 1971.
3. Советский энциклопедический словарь / Гл. ред. А.М. Прохоров. – М: Советская Энциклопедия, 1983.
4. Закон України «Про інформацію» / Голос України, 2011.
5. *Голобуцький О. П.* Електронний уряд / О. П. Голобуцький, О. Б. Шевчук – К.: ЗАТ „Атлант UMS”, 2002.
6. *Rogers E.M.* Diffusion of Innovations / E.M.Rogers – London: Free Press, 2003.
7. *Багров Н.В.* Географія в інформаційному світі / Н.В.Багров - К: Либідь, 2005.
8. *Шаблій О. І.* Суспільна географія: теорія, історія, українознавчі студії / О. І. Шаблій. – Львів : Вид-во Львівського нац. ун-ту ім. І. Франка, 2001.