

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙ**  
**НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ МЕНЕДЖМЕНТУ ТА**  
**ПІДПРИЄМНИЦТВА**

**КАФЕДРА ЕКОНОМІКИ ПІДПРИЄМСТВ ТА**  
**СОЦІАЛЬНИХ ТЕХНОЛОГІЙ**

Рівень вищої освіти: другий (магістерський) рівень

Ступінь вищої освіти: магістр

Галузь знань: 05 Соціальні та поведінкові науки

Спеціальність: 054 «Соціологія»

**ЗАТВЕРДЖУЮ**

Завідувач кафедри

Економіки підприємств  
та соціальних технологій

проф. Гусєва О.Ю.

«24» грудня 2020 р.

**МАГІСТЕРСЬКА ДИПЛОМНА РОБОТА**

*на тему:*

**Інтернет як комунікативний феномен в умовах інформаційного  
суспільства**

Виконав:

студент VI курсу,

групи СТДМ-61

Іванютін Микита Дмитрович

Науковий керівник:

доктор філософських наук, професор,

Ятченко В. Ф.

**Київ 2021**

## ЗМІСТ

ВСТУП .....	4
РОЗДІЛ 1. ІСТОРИКО-ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ІНТЕР- НЕТУ В КОМУНІКАТИВНІЙ СФЕРІ СУЧАСНОГО СУСПІЛЬСТВА.....	10
1.1. Аналітичний огляд досліджень глобальної мережі Інтернет в комунікативному просторі суспільства .....	10
1.2. Загальнонаукові засади вивчення функціонування Інтернету на етапі розвитку інформаційного суспільства .....	21
Висновки до розділу 1.....	32
РОЗДІЛ 2. МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ СОЦІОЛОГІЧНОГО АНАЛІЗУ ОСОБЛИВОСТЕЙ ФУНКЦІОНУВАННЯ І ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ КОМУНІКАТИВНОЇ СФЕРИ ІНТЕРНЕТУ В ІНФОРМАЦІЙНОМУ СУСПІЛЬСТВІ.....	34
2.1. Специфіка вивчення феномена Інтернету в соціології.....	34
2.2. Особливості соціологічного аналізу функціонування Інтернету в комуні- кативному полі суспільства.....	47
2.3. Соціологічний вимір дослідження Інтернету та його впливу на духовний світ людини в умовах інформаційного суспільства.....	61
Висновки до розділу 2 .....	64
РОЗДІЛ 3. МЕТОДИЧНІ ПРИНЦИПИ І ОРГАНІЗАЦІЯ СОЦІОЛОГІЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ ІНТЕРНЕТУ ЯК КОМУНІКАТИВНОГО ФЕНОМЕНА В ІНФОРМАЦІЙНОМУ СУСПІЛЬСТВІ.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b> 69
3.1. Вторинний аналіз та ключові характеристики дослідження спільних рис та відмінностей функціонування комунікативної сфери Інтернету в інформаційному суспільстві в різних регіонах України.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b> 69
3.2. Організація та проведення соціологічного дослідження комунікативної сфери Інтернету в середовищі студентів та викладачів Державного університету телекомунікацій.....	82
3.3. Аналіз та інтерпретація даних, отриманих в ході соціологічного дослідження .....	88
Висновки до розділу 3 .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b> 101
ВИСНОВКИ.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b> 106
Список використаних джерел .....	117

## ВСТУП

**Актуальність теми.** Сучасний світ увійшов у нову історичну добу постіндустріального розвитку й переживає період змін в усіх сферах суспільного життя. Світовий соціум дедалі більше глобалізується. Важливе місце у процесах глобалізації займає Інтернет, до того ж його роль набуває особливої гостроти і суперечливого характеру в умовах інформаційного суспільства. Інтернет стає вирішальною технологією інформаційної епохи, найкращою платформою для всіх видів активності, як ділової, так і особистої, й варто відзначити, що комунікабельність завдяки інтернету наразі різко зростає. Інтернет стрімко впроваджується в усі сфери життєдіяльності суспільства та реально впливає на повсякденне життя: електронну комерцію, засоби масової інформації, інформаційний обмін тощо.

З розвитком глобалізації інформаційна мережа Інтернет відчуває різні зміни і набуває нових форм існування, виробляє механізми адаптації до соціальних викликів. Глобальна інформатизація розвивається стрімко й непередбачувано, значно випереджаючи теоретичне осмислення її наслідків. Інформаційна революція ставить перед світовою спільнотою безліч викликів та питань соціально-філософського, економічного, соціально-політичного, соціально-психологічного та соціокультурного характеру. Саме тому глобальна інформаційна мережа Інтернет являє собою потужний засіб для досліджень сучасної соціальної реальності.

У контексті осмислення Інтернету як комунікативного феномену інформаційного суспільства провідною є роль мережевого концепту. Метафора мережі використовується в якості однієї з найбільш репрезентативних для опису нового типу суспільства, більш гнучкого, децентралізованого та індивідуалізованого, в якому панівною формою організації є саме мережева форма. Мережа Інтернет також являється і самим процесом вивчення соціальної реальності, створюючи в інформаційному просторі сучасного суспільства новий ландшафт соціальних, культурних і

політичних змін, що здійснює неабиякий вплив на розвиток соціальних і поведінкових наук, зокрема соціології.

Сучасна соціологічна наука переживає плідний і дуже складний період свого розвитку. Переорієнтація парадигмальних пріоритетів від дослідження глобальних макросоціологічних, планетарного масштабу феноменів, на соціологію якісних досліджень, на сферу людської повсякденності, на дослідження дій, що відбуваються під впливом концептуально і емпірично обґрунтованого здорового глузду, розгортання, за висловом відомого сучасного соціолога П. Штомпки, «третьої соціології» вимагає нових поглядів на суспільне життя і на методи його дослідження. «Нові якості соціального життя – пише П. Штомпка – можна узагальнити під такими рубриками: технологічні зміни (особливо в комунікаціях і логістиці), глобалізація, мегаурбанізація, споживацтво, гнучкі форми праці, перетворення інтимної сфери, наростання ризиків і насичення візуальністю. Добрим індикатором соціальних змін можна вважати зміни в мові, словниках, якими люди описують свій світ» [60, с. 68].

Проблематизація явищ, притаманних сучасному інформаційному суспільству, сягає надто мало досліджуваного раніше широкого діапазону виявів міжособистісних і міжгрупових та внутрішньогрупових спілкувань. Іншими словами, того, що традиційно заносять до переліку об'єктів соціологічного розгляду.

Але не тільки до цього зводиться спектр соціологічних досліджень сучасного інформаційного суспільства, сучасного життя. Не меншу вагу в соціологічному полі мусить становити аналіз суспільного самопочуття людини, її інтенцій і дериватів, надій і розчарувань, життєтворчих і, навпаки, деструктивних, руйнівницьких дій, в тім числі і в повсякденному житті. Сукупність цих і ще багатьох інших граней життя сучасної людини мусить стати непроминальним елементом досліджень в соціологічній науці.

Одним із визначальних факторів глибинних змін в нинішньому суспільстві є те, що вони відбуваються під впливом потужного вторгнення Інтернету у всі сфери соціального життя, зокрема і в його комунікативну

сферу. Ми багато говоримо про ті безперечні вигоди, що їх отримує особистість в царині контактів з іншими особистостями, групами, культурами, цивілізаціями за допомоги Інтернету. Розвиток засобів передачі інформації слугує створенню єдиної інформаційної системи, в яку включені сьогодні майже всі країни світу. Інтернет – глобальна комп'ютерна мережа, що об'єднала весь світ. Глобальна інформаційна мережа Інтернет пов'язує між собою конкретні місця з чітко окресленими соціальними, культурними, фізичними та функціональними характеристиками. Деякі з них – це комутатори, комунікаційні центри, які відіграють роль координаторів заради успішної взаємодії елементів, інтегрованих у мережі. На основі цих елементів мережа забезпечує комунікаційні можливості взаємодії різних особистостей, надання різноманітних ресурсів і зв'язку для передачі інформації на відстані.

Все це безперечно є, ми це спостерігаємо щодень. Та з іншого боку, так само безсумнівною буде й теза, за якою нові види комунікацій несуть в собі загрозу маніпуляції особистісною свідомістю, звуження емоційного й естетичного наповнення комунікативних зв'язків, «інтернетизації» духовного світу людини. Звісно, самої лише фіксації цієї обставини надто мало, аби виправити такі тенденції. Необхідно виявити їх внутрішні риси й суперечності, імпліцитні зв'язки й тенденції. А це стає можливим тільки в ході ретельних конкретних досліджень із застосуванням новітніх методів та дослідницьких парадигм.

Складність і багатогранність теми вимагає аналізу функціонування інформаційно-комунікаційної мережі Інтернет, проблеми розвитку якої загострились останнім часом у зв'язку з наслідками економічних, політичних і культурних перетворень. Інтернет сьогодні становить технологічну інфраструктуру мережевого суспільства, і розуміння логіки її функціонування й розвитку стає наразі одним з найактуальніших ключових напрямків досліджень в соціології.

1. Розглянути соціологічні аспекти становлення та розвитку глобальної інформаційної мережі Інтернет, з'ясувати їх характеристики.

2. Вивчити та здійснити компаративний аналіз концепцій функціонування Інтернету в комунікативній сфері суспільства.
3. Простежити особливості впливу Інтернету на міжособистісні та міжгрупові стосунки в умовах інформаційного суспільства.
4. Провести соціологічні дослідження, в ході яких виявити низку аспектів специфіки функціонування й тенденцій розвитку комунікативної сфери Інтернету в умовах інформаційного суспільства.
5. Здійснити аналіз отриманих даних та обґрунтувати результати дослідження.
6. Обґрунтувати досягнуті результати дослідження.

**Об'єктом дослідження** обрано комунікативну сферу Інтернету як явища сучасного життя.

**Предметом дослідження** виступають особливості й тенденції функціонування Інтернету в комунікативній сфері соціуму та його вплив на суспільні процеси в інформаційному суспільстві

**Мета:** Метою кваліфікаційної магістерської роботи є соціологічний аналіз комунікативних функцій Інтернету в умовах сучасного інформаційного суспільства.

Досягнення мети передбачає постановку і розв'язання наступних завдань:

**Методи дослідження,** які використовувались у кваліфікаційній магістрескій роботі: загальнонаукові методи – аналіз, синтез, порівняння; спеціалізовані соціологічні методи – історико-соціологічний метод, анкетне опитування, аналіз даних соціологічного дослідження.

**Структура** кваліфікаційної магістерської роботи: робота складається зі вступу, 3 розділів, 8 підрозділів, висновків, списку використаних джерел та додатків.

## **РОЗДІЛ 1. ІСТОРИКО-ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ІНТЕРНЕТУ В КОМУНІКАТИВНІЙ СФЕРІ СУЧАСНОГО СУСПІЛЬСТВА**

### **1.1. Аналітичний огляд досліджень глобальної мережі Інтернет в комунікативному просторі суспільства.**

Людина і суспільство в історичному ракурсі ніколи не стоять на місці, а завжди змінюються й розвиваються. Сучасний світ увійшов у нову історичну добу постіндустріального розвитку та переживає період активних змін в усіх сферах суспільного життя та діяльності. Світовий соціум дедалі більше глобалізується, тому соціальне знання зафіксувало на межі ХХ – ХХІ ст. перехід людства в так звану «інформаційну епоху глобалізму».

Хоч на сьогодні ще не можна констатувати той факт, що цей перехід вже остаточно відбувся, багато дослідників стверджують, що виникнення глобальної мережі Інтернет знаменує собою новий етап розвитку людства, який характеризується домінуючою цінністю інформації, новою соціальною диференціацією за принципом «наближеності до знання», глобальною інформатизацією, симбіозом соціальної організації з інформаційними та комунікаційними технологіями.

Інформаційно-комунікаційна революція ставить перед світовою спільнотою безліч викликів та питань соціально-філософського, економічного, соціально-політичного, соціально-психологічного та соціокультурного характеру. Глобальна інформатизація розвивається стрімко й непередбачувано, значно випереджаючи теоретичне осмислення її наслідків. Важливе місце у процесах глобалізації та суспільного розвитку займає Інтернет, до того ж його роль набуває наразі особливої гостроти і суперечливого характеру.

Інтернет стає вирішальною технологією інформаційної епохи. З окремої країни Інтернет виходить у світову спільноту, тому проблеми, що виникають в цій певній окремій країні, відображаються на суспільстві в

цілому. Розвиток засобів передачі інформації слугує створенню єдиної інформаційної системи, в яку включені сьогодні майже всі країни світу. Інтернет – глобальна комп'ютерна мережа, що об'єднала весь світ.

Глобальна інформаційна мережа Інтернет пов'язує між собою конкретні місця з чітко окресленими соціальними, культурними, фізичними та функціональними характеристиками. Деякі з них – це комутатори, комунікаційні центри, які відіграють роль координаторів заради успішної взаємодії елементів, інтегрованих у мережі. На основі цих елементів мережа забезпечує комунікаційні можливості взаємодії різних особистостей, надання різноманітних ресурсів і зв'язку для передачі інформації на відстані.

Інтернет стрімко розростається та з кожним днем все більше впроваджується в різні сфери життєдіяльності суспільства. Він реально впливає на повсякденне життя: електронну комерцію, інформаційний обмін, засоби масової інформації тощо. З розвитком глобалізації інформаційна мережа Інтернет відчуває різні зміни і набуває нових форм існування, виробляє механізми адаптації до соціальних криз і потрясінь. Також мережа являє собою потужний засіб для досліджень сучасної соціальної реальності.

У контексті осмислення Інтернету як явища сучасного життя провідною є роль мережевого концепту. Метафора мережі використовується в якості однієї з найбільш репрезентативних для опису нового типу суспільства, більш гнучкого, децентралізованого та індивідуалізованого, в якому панівною формою організації є саме мережева форма. Мережа також являється і самим процесом вивчення соціальної реальності.

Нинішнє «мережеве суспільство» є продуктом цифрової революції і глобальних соціокультурних змін, однією з яких є підвищена увага до індивідуального росту і зниження значення спільноти в сучасному соціокультурному житті. Але індивідуалізація не означає ізолюваність або «кінець» спільноти: соціальні відносини реконструюються на основі індивідуальних інтересів, цінностей і проєктів. Спільнота формується через індивідуальні квести для однодумців у процесі, який об'єднує інтерактивну взаємодію з автономною взаємодією, кіберпростором і місцевим простором.



Глобальна мережа Інтернет сьогодні є найкращою платформою для всіх видів активності, як ділової, так і особистої, й варто відзначити, що комунікабельність наразі різко зростає. Підприємці продають соціальний простір, в якому люди можуть вільно і автономно будувати своє життя. Люди, все більше відчуваючи багатомірність соціального простору, дуже активно мігрують до мережі. Віртуальне життя стає більш соціальним, воно полегшує реальну роботу, суспільне і культурне життя. Сайти, які намагаються перешкодити вільному спілкуванню, незабаром перестають користуватися попитом на користь більш доброзичливих і менш обмежених місць.

Можливо, найяскравішим виразом цієї нової свободи є перетворення глобальної мережі Інтернет не тільки в соціокультурну, але і в суспільно-політичну практику. Повідомлення більше не поширюються тільки від небагатьох до багатьох, з невеликою інтерактивністю. Тепер повідомлення також передаються від багатьох до багатьох, мультимодально та інтерактивно. Горизонтальні мережі зв'язку створюють новий ландшафт соціальних, культурних і політичних змін.

Вищезгадані тенденції відбуваються паралельно, а іноді в контексті з процесами глобалізації, які, з одного боку, є об'єднуючими, з іншого – відчужують індивідів один від одного. В цьому плані, Інтернет – міжнародна глобальна інформаційна мережа, як раніше пошта, телеграф, телефон, радіо, телебачення, виконує функцію специфічного зближення людей, за допомогою прискорення процесів обміну інформацією.

Забезпечуючи процес моментального обміну знаковою інформацією, нові комунікаційні технології зближують індивідів зі всього світу, різних країн, різних культур, які розмовляють на різних мовах, живуть в різних часових поясах. Інтернет є величезним банком інформації, знань, накопичених людством, який до того ж постійно збільшується. Крім того, ця глобальна комп'ютерна мережа є і унікальним кіберпростором, який надає користувачам можливість віртуальної реалізації особистості в її межах.

Все це, безумовно, робить Інтернет вельми популярним – число

користувачів неухильно зростає. На сьогоднішній момент, кількість користувачів Мережі у всьому світі складає досить вагомий відсоток від всього населення планети. Звичайно, у світовому масштабі цей відсоток є відносним, тому що країни «третього світу» практично не мають доступу до Мережі, не дивлячись на всі потуги добродійних фондаций з розвинутих країн.

Необхідно відзначити, що проблема впливу Інтернету на сучасний суспільний розвиток і глобалізацію ще мало вивчена. Складність і багатогранність теми вимагає аналізу функціонування всесвітньої інформаційної мережі, проблеми розвитку якої загострилися останнім часом у зв'язку з глобальними наслідками економічних, політичних і культурних перетворень. Дослідження тенденцій суспільного розвитку і глобалізації в зрізі впливу мережі важливо не тільки для адекватного розуміння цього явища, воно також сприяє виробленню нового світогляду і збільшенню соціального знання.

Вивчення Інтернету сьогодні здійснюється в рамках різних наукових дисциплін і з точки зору різних дослідницьких перспектив. Інтернет сьогодні становить технологічну інфраструктуру глобального мережевого суспільства, і розуміння логіки її функціонування й розвитку стає наразі одним з найактуальніших ключових напрямків соціальних досліджень. Для сучасної соціології мережа є ефективним способом вивчення соціальної структури, який здійснюється за допомогою виявлення різних моделей зв'язків і відносин з можливостями їх кількісного аналізу й візуального відображення.

З метою більш глибокого розуміння Інтернету як комунікативного феномену інформаційного суспільства проаналізуємо історико-теоретичні засади становлення і розвитку глобальної мережі Інтернет в комунікативному просторі суспільства.

Для початку варто зауважити, що Інтернет є збірною назвою різних інформаційних систем і мереж, які використовують певні загальні протоколи і надають послуги своїм користувачам. Ці інформаційні системи, або глобальна комп'ютерна мережа, незвична тим, що її ніхто спеціально не

планував. Для того, щоб з'ясувати, чому так трапилось, почнемо теоретичний аналіз глобальної інформаційної мережі Інтернет з самих витоків її існування.

Те, що існує зараз, було зародженою ідеєю півстоліття тому. Щоб зрозуміти, як людство прийшло до цього, повернемося у ті часи, коли все починалось.

Перші комп'ютери могли працювати тільки над одним завданням, яке називалось «пакетною обробкою даних». Звичайно, це було не дуже ефективно. З плином часу комп'ютери ставали все більшими за розмірами, їх доводилось встановлювати в спеціально охолоджуваних приміщеннях, й неможливо було працювати безпосередньо за такими комп'ютерами. Програмування в той час вимагало багато ручної роботи, оскільки здійснювалось через посередника, викликало багато збоїв та часу [48, с. 67].

1957 рік ознаменувався великими змінами: було встановлено віддалене з'єднання і розробники змогли працювати з комп'ютером безпосередньо. У той же час з'явилась перша концепція комп'ютерних технологій, яка включала розподілення потужності одного комп'ютера на кілька користувачів.

У самий розпал холодної війни Міністерство оборони США побажало мати мережу, яка могла б пережити навіть ядерну війну. У той час військові телекомунікації базувались на громадській телефонній мережі, яка була занадто вразливою. Уразливість полягала в тому, що втрата всього одного ключового комутатора або міжміської станції розділила б мережу на ізольовані ділянки.

Для вирішення цієї проблеми Міністерство оборони США звернулось до корпорації RAND, яка розробила проект високонадійної розподіленої мережі. Оскільки по лініях великої довжини важко було передати аналоговий сигнал з допустимим рівнем спотворень і похибок, один з працівників корпорації П. Берен запропонував передавати цифрові дані і використовувати технологію комутації пакетів. Пентагону сподобалась запропонована ідея, і компанія AT&T (тодішній монополіст у США з телефонних мереж) отримала

спеціальне доручення розробити прототип. Однак, AT&T відразу ж відхилила ідеї П. Берена, заявивши, що таку мережу побудувати неможливо. Адже така багата і велика компанія не могла дозволити будь-кому вказувати їй, як слід будувати телефонні мережі. Тому проект було закрито.

Минуло ще кілька років, але Міністерству оборони США так і не було запропоновано жодної заміни існуючої системи оперативного управління. Тим часом у жовтні 1957 в СРСР був запущений перший у світі штучний супутник Землі й тим самим основний суперник США отримав перевагу в космосі. Тоді президент Д. Ейзенхауер задумався про те, як допущено такий прокол. Було негайно вирішено створити єдину наукову організацію під керівництвом Міністерства оборони США. У якості основи для створення такої наукової організації було обрано управління перспективного планування науково-дослідних робіт ARPA (Advanced Research Projects Agency).

В перші роки свого існування ARPA намагалась визначитись із напрямком своєї діяльності, поки увагу її директора Л. Робертса не притягли комп'ютерні мережі. Він налагодив контакти з різними експертами, намагаючись зрозуміти, які розробки можуть становити великий інтерес для Міністерства оборони США. Один з експертів, В. Кларк, запропонував побудувати підмережу з комутацією пакетів, де кожен хост мав би власний маршрутизатор [48, с. 154].

Л. Робертс придбав цю ідею і представив звіт щодо неї на симпозіумі ACM SIGOPS, що відбувся в Гетлінгбурзі, штат Теннессі, у вересні 1967 року і був присвячений принципам роботи операційних систем. На превеликий подив Л. Робертса, він почув доповідь, в якій описувалась дуже схожа система, причому вона була не тільки спроектована, а й реалізована під керівництвом Д. Девіса в Національній фізичній лабораторії (NPL) Англії. NPL мережа, звичайно, не охоплювала всю країну – вона з'єднувала лише кілька комп'ютерів на території організації, але завдяки їй було доведено, що пакетна комутація може з успіхом застосовуватись на практиці. Варто зауважити, що все почуте Л. Робертсом практично цитувало відхилену

колись розробку П. Берена! Директор ARPA виїхав з Гетлінгбурга з твердим наміром створити в Америці те, що пізніше буде названо ARPANET [48, с. 186].

Підмережа повинна була складатись зі спеціалізованих міні-комп'ютерів, які називалися IMP (Interface Message Processor), з'єднаних лініями зв'язку, що передають інформацію зі швидкістю 56 Кбіт/с. Для підвищення надійності кожен IMP мав поєднуватись як мінімум з двома іншими IMP. Підмережа повинна була бути дейтаграмною, щоб у разі, якщо будь-які лінії і IMP зруйнуються, повідомлення могли б автоматично вибрати альтернативний шлях. Кожен вузол мережі повинен був складатись з IMP і хоста, що знаходяться в одній кімнаті і з'єднані коротким проводом. Хост міг пересилати своїм IMP повідомлення довжиною до 8063 біт, які IMP розбивав на пакети, як правило, по 1008 біт, і пересилав їх далі, незалежно один від одного, до пункту призначення. Пакет пересилався далі тільки після того, як він був отриманий цілком, – таким чином, це була перша електронна комутуюча пакети мережа з проміжним зберіганням.

Згодом агентство ARPA запропонувало тендер на будівництво підмережі, в якому брали участь дванадцять компаній. Оцінивши пропозиції, агентство ARPA вибрало BBN, консалтингову фірму в Кембриджі, штат Массачусетс, і в грудні 1968 року підписало з нею контракт на будівництво підмережі і створення для неї програмного забезпечення [88].

BBN вирішило використовувати спеціально модифіковані міні-комп'ютери Honeywell DDP-316 з 12 Кбайт 16-розрядних слів оперативної пам'яті в якості IMP. У IMP не було дисків, оскільки рухомі деталі вважались ненадійними. Їх з'єднали лініями з пропускною здатністю по 56 Кбіт/с, орендованими у телефонних компаній. Програмне забезпечення було розбите на дві частини: для підмережі і хостів. Мережа швидко росла в міру створення і установки нових IMP. Незабаром вона охопила всі Сполучені Штати.

Крім допомоги мережі ARPANET, що розвивалась, агентство ARPA також фінансувало дослідні роботи з супутникових мереж і розробку

мобільних пакетних радіомереж. На одній знаменитій демонстрації вантажівка, яка їздила по Каліфорнії, посилала повідомлення по пакетній радіомережі в SRI, яке потім передавалось по ARPANET на Атлантичне узбережжя США і по супутниковій мережі трансливалось в University College в Лондоні. Таким чином, дослідник у вантажівці міг працювати з комп'ютером, що знаходився в Лондоні [48, с. 231].

Під час цієї демонстрації також з'ясувалось, що наявні протоколи мережі ARPANET непридатні для роботи з об'єднаними мережами. В результаті були проведені додаткові дослідження в області протоколів, що завершилися винаходом моделі і протоколів TCP/IP (Cerf і Kahn, 1974). TCP/IP був спеціально розроблений для управління обміном даними по інтермережі, що ставало все більш важливим по мірі підключення нових мереж до ARPANET.

Щоб заохотити прийняття нових протоколів, ARPA уклало декілька контрактів з BBN і Каліфорнійським університетом у Берклі для інтеграції цих протоколів в Berkeley UNIX. Дослідники в Берклі розробили зручний програмний інтерфейс для виходу в мережу (сокети), а також написали безліч додатків, утиліт і керуючих програм, щоб спростити роботу з мережею.

Час було обрано прекрасно. Багато університетів тільки що придбали другий або третій комп'ютер VAX і ЛВС, щоб їх з'єднати, але у них не було мережевого програмного забезпечення. З появою системи UNIX 4.2 BSD, в яку увійшли TCP/IP, сокети і велика кількість мережевих утиліт, повний пакет був прийнятий негайно. Крім того, TCP/IP дозволяв легко з'єднати локальну мережу з ARPANET.

Протягом 80-х років ХХ століття до ARPANET був приєднаний ще ряд мереж ЛВС. У міру зростання розмірів глобальної мережі завдання пошуку хостів ставало все складнішим. В результаті була створена система DNS, що дозволила організувати комп'ютери в домени і перетворювати імена хостів в IP-адреси. З того моменту DNS стала узагальненою розподільчою системою баз даних, що зберігає імена хостів і доменів.

Тим часом Національний науковий фонд США визначив, що мережа ARPANET має великий вплив на дослідницькі роботи університетів, дозволяючи вченим всієї країни обмінюватись інформацією і спільно працювати над проектами. Однак для отримання доступу до ARPANET університет повинен був укласти контракт з Міністерством оборони, якого у багатьох університетів не було. Відповіддю NSF стала ідея створення мережі-наступника ARPANET, яка була б відкрита для всіх університетських дослідницьких груп. Було побудовано мережеву магістраль, що з'єднувала шість суперкомп'ютерних центрів в Сан-Дієго, Боулдері, Шампейн, Піттсбурзі, Ітаці і Принстоні. До кожного суперкомп'ютера був приєднаний невеликий мікрокомп'ютер LSI-11, так званий фаззбол (mzzball). Ці міні-комп'ютери з'єднали виділеними лініями по 56 Кбіт/с і сформували підмережу за тією ж апаратною технологією, яка використовувалась в ARPANET. Проте, програмна технологія була іншою – міні-комп'ютери з самого початку використовували протокол TCP/IP, складаючи, таким чином, першу в світі глобальну мережу на основі протоколу TCP/IP.

Національний науковий фонд також профінансував створення близько 20 регіональних локальних мереж, з'єднаних з магістраллю, що дозволило користувачам у багатьох університетах, дослідницьких лабораторіях, бібліотеках і музеях отримати доступ до суперкомп'ютерів. Вся мережа, що складалась із магістралі і регіональних мереж, отримала ім'я NSFNET. Вона з'єднувалась з ARPANET через лінію між IMP і мікрокомп'ютером в комп'ютерному залі університету Карнегі – Меллона [48, с. 495].

Мережа NSFNET мала миттєвий успіх, їй пророкували велике майбутнє. Національний науковий фонд відразу ж після завершення роботи над NSFNET почав планувати наступну мережу і з цією метою підписав контракт з побудованим в штаті Мічиган консорціумом MERIT.

Для створення другої версії магістралі мережі у оператора міжміського зв'язку MCI (Microwave Communications, Inc.) були орендовані волоконно-оптичні канали з пропускною спроможністю в 448 Кбіт/с. В якості маршрутизаторів використовувались IBM PC-RT (RT-PC – RISC Technology

Personal Computer – персональний комп'ютер на основі процесора зі скороченим набором команд). Незабаром і цього стало недостатньо, і друга магістраль була прискорена до 1,5 Мбіт/с.

Зростання галузі тривало, але Національний науковий фонд розумів, що уряд не зможе фінансувати розвиток мереж постійно. Крім того, комерційні організації висловлювали бажання взяти участь у спільній справі, але статутом фонду їм було заборонено використовувати мережі, за які заплатив Національний науковий фонд. Тому Національний науковий фонд підтримав створення компаніями MERIT, MCI і IBM некомерційної корпорації ANS (Advanced Networks and Services, Inc.) в якості першого кроку на шляху комерціалізації. У 1990 році ANS вступила у володіння мережею NSFNET і вдосконалила лінії з 1,5 Мбіт/с до 45 Мбіт/с, сформувавши ANSNET. Ця мережа працювала 5 років, після чого була продана компанії America Online.

Але на той час вже з'явилося безліч комерційних фірм, що пропонують свої послуги в області IP-комунікацій. Стало зрозуміло, що державі не вдасться витримати конкуренцію з ними і вона повинна піти з цього бізнесу. У грудні 1991 року Конгрес США затвердив закон, який дозволяє створення мережі NREN (National Research and Education Network – державна науково-дослідна та освітня мережа), що стала спадкоємицею мережі NSFNET, але працювала на гігабітних швидкостях. Метою було створення державної мережі, що працює на швидкості 3 Гбіт/с, до кінця тисячоліття. Ця мережа повинна була служити прототипом для багаторазової обговорюваної інформаційної супермагістралі [11, с. 127].

Для того, щоб полегшити перехід з одних мереж на інші і гарантувати, що всі регіональні мережі можуть зв'язатись одна з одною, Національний науковий фонд уклав контракт з чотирма різними мережевими операторами про організацію пунктів доступу до мережі (NAP, Network Access Point). Цими операторами були компанії PacBell (Сан-Франциско), Ameritech (Чикаго), MFS (Вашингтон) і Sprint (Нью-Йорк, з яким для зручності NAP були об'єднані Пеннсаукен і Нью-Джерсі). Кожен мережевий оператор, який



хотів надавати послуги по з'єднанню регіональних мереж NSF, повинен був підключитись до всіх пунктів NAP [48, с. 762].

Таким чином, пакет, що пересилається з однієї мережі в іншу, міг вибирати, по якому каналу переміщатись від одного пункту NAP до іншого. Через це оператори були змушені змагатись один з одним в області цін і послуг, що надаються, як, власне, і було задумано.

Концепція єдиної магістралі була замінена комерційно керованою конкурентною інфраструктурою. Багато хто любить критикувати державні структури США за їх консерватизм, а тим часом не хто інший, як Міністерство оборони США і державний Національний науковий фонд, створили всі необхідні умови для розвитку Інтернету, а потім передали свої закриті розробки масовому користувачеві.

У 90-х роках в інших країнах також були побудовані мережі, які можна порівняти з NSFNET. Так, в Європі EuropaNET є IP-магістраллю для дослідницьких організацій, а EBONE є комерційно орієнтованою мережею. Обидві мережі з'єднують велике число європейських міст. Швидкість каналів спочатку становила 2 Мбіт/с, але згодом була збільшена до 34 Мбіт/с. У кінцевому рахунку мережева інфраструктура в Європі, як і в США, перетворилась у промислову галузь.

Такими були історичні засади становлення і розвитку глобальної інформаційної мережі Інтернет.

## **1.2. Загальнонаукові засади вивчення функціонування Інтернету на етапі розвитку інформаційного суспільства**

Винахід Інтернету і його масштабне поширення стало свідченням настання епохи мережевого суспільства. Ще до створення цієї унікальної технології почались активні процеси якісних соціальних змін у всіх сферах суспільного життя. Соціальні взаємодії стали виходити далеко за межі

конкретного географічного простору завдяки широкомасштабному використанню таких засобів комунікації як телеграф і телефон, інтенсивному розвитку транспортної інфраструктури і, нарешті, повсюдного поширення Інтернету. Інтернет сприяє розвитку мережевого суспільства, в якому кордони стають все більш прозорими, а індивід включений у функціонування безлічі різноманітних мережевих структур. Цими обставинами і зумовлений інтерес до вивчення Інтернету. При цьому не викликає сумнівів те, що яке б питання щодо Інтернету не стояло перед дослідником, Інтернет завжди розглядається, перш за все, як мережа. Звідси – необхідність аналізу різних теоретичних підходів до мережі, їх систематизація та визначення меж їх застосування в перспективі аналізу Інтернету.

Розробка цих підходів здійснювалася протягом усієї другої половини ХХ ст. і триває досі. Теоретики з різних наукових сфер по-своєму інтерпретують мережу, в результаті чого уявлення про неї носять фрагментований характер, оскільки в різних теоретичних галузях присутні власні теоретичні передумови, вивчення мережі здійснюється на різних рівнях і використовуються різноманітні методологічні принципи й спеціальні інструменти аналізу.

У науковій літературі, як правило, розглядають три ключові аспекти дослідження Інтернету: особливий соціальний простір, унікальний засіб комунікації і найважливіша технологічна новація. Кожен з цих аспектів вимагає постановки цілком певних завдань щодо вивчення змісту, функціонування та впливу Інтернету на сучасне життя [23, с. 76-77].

Згідно системного підходу, окремі компоненти суспільного простору в сукупності і є суспільство, а віртуальна комунікація через системи мереж з'єднує суспільство в єдине ціле. Однак, як показує досвід трансформаційних змін цього підходу до суспільної дійсності, він не стільки відповідає на запитання соціологів, скільки створює їм проблеми.

Комп'ютер, мережі – певний вид, спосіб виробництва; інформаційні технології докорінно змінюють сфери виробництва і споживання. Історико-матеріалістичний підхід бачить в комп'ютеризації виробництва продовження

революції в продуктивних силах. Глобальна система мережевих комп'ютерів, що володіє неймовірною економічною та військовою потужністю, мислиться як шабель розвитку пануючої господарської системи. Кіберпростір – третя велика форма всесвітньої експансії капіталізму, – вважає А. Бюль [69, с. 356].

Соціологічне розуміння комп'ютерного світу виділяє в соціально-економічних процесах шлях від техніки (інструментів, «продуктивних сил») до культури (до наукового і естетичного пізнання) – і назад – як шлях, що проходить через комплекс засобів комунікації.

Близьким до історико-матеріалістичного підходу є розгляд Інтернету в соціології культури. Віртуальний світ – цивілізаційне досягнення, засіб трансляції інформації. Це революція в способах освоєння культурних цінностей, передачі їх між людьми і поколіннями, порівнянна по революційності з появою листа або друкарства. Поява комп'ютерно грамотних поколінь може бути частиною вступу людства в нову еру [68, с. 160].

Гнучкість і ефективність електронних інтерфейсів давно вже залишили позаду (або увібрали в себе) всі інші методи селекції та пошуку інформації (навіть якщо вони, як бібліотечна справа, розвивались століттями). Дивлячись назад, можна про сьогоднішній рівень розвитку засобів комунікації сказати словами Джонсона, що вся культура засобів комунікації в даному разі була і є інтерфейсна культура [77, с. 37].

Можна уявити собі вивчення віртуального світу, світу об'єднаних в мережу комп'ютерів як субкультуру або маргінальне явище. У прикладному культурному плані кіно- і телефільми з комп'ютерною графікою і спецефектами (стиснення простору, наприклад) надають нову якість технічно-образотворчим можливостям цього явища, в тому числі – у впливі на людей [58, с. 121].

Правда, з точки зору історичної соціології комп'ютерний аспект культурно-технічної революції недостатньо розвинений, щоб змінити суспільні структури досить ґрунтовно і зробити соціологічно очевидним революційний характер явища.

Можна уявити розглянуту проблематику в рамках соціології науки. Персональний комп'ютер і все, що з ним пов'язано – об'єктивований і одночасно суб'єктивований посередник між об'єктом і суб'єктом дослідження. У зв'язку з цим постає ряд проблем пізнання, знання і науки.

Появу і розвиток комп'ютерного світу зарубіжні соціологи включають в аналіз проблем переходу від модерну до постмодерну – інформаційного суспільства, суспільства науки, «багатоопційного» суспільства і т. ін. Тут порушується багато сфер – від техніки до мистецтва. Очікується, що майбутня нова громадська формація буде чітко за своєю суттю відрізнятися від сучасного індустріального суспільства [76, с. 57].

В узагальненому вигляді соціологічна модель розвитку техніки «віртуальності» вибудовується від калькулятора через мультимедійні засоби, мережні з'єднання до технологій віртуальної реальності, нейроінформатичного і штучного мозку. «Калькулятор історично тісно пов'язаний з модерном. Але він таїть в собі потенції, що виходять за межі класичних структур індустріального суспільства» [69, с. 90].

Все це – матеріал соціологічного дискурсу в новому тисячолітті. Одна з важливих характеристик комп'ютеризації в цьому плані – поєднання глобалізації з фрагментацією, дробленням суспільства в епоху постмодерну [67, с. 175].

В результаті оформлюється серія теорій «мережевого суспільства» (network society), розробляється аналіз соціальних мереж (social network analysis), а також виникає оригінальна інтерпретація мережі в рамках акторно-мережевої теорії (actor-network theory) [18, с. 33].

Аналіз соціальних мереж (social network analysis, SNA) у тому вигляді, в якому він представлений сьогодні, був сформований під впливом цілої низки досить різноманітних із змістовної точки зору теоретичних позицій. Ці позиції так чи інакше перетинались одна з одною в надзвичайно складній історії становлення і розвитку даного дослідницького підходу.

Незважаючи на всі ті труднощі, які, як правило, виникають у спробах прослідкувати історію розвитку SNA, дослідники виділяють три ключові

традиції. По-перше, соціометричний аналіз, в рамках якого вчені працювали з малими групами і зробили цілий ряд важливих відкриттів, використовуючи методи теорії графів. Другу традицію пов'язують з дослідженнями Гарвардської школи, в рамках якої в 1930-х рр. вивчали різні моделі міжособистісних взаємин і формування так званих «клік». І, нарешті, третя традиція пов'язана з Манчестерською школою антропології, представники якої, ґрунтуючись на досягненнях першого і другого напрямку, вивчали структуру відносин в племінних і сільських громадах. Ці дослідні напрацювання сприяли тому, що в 1960-1970-і рр. знову в Гарварді сформувався сучасний аналіз соціальних мереж у тому вигляді, в якому він і представлений сьогодні [87, с. 7].

Серед найбільш впливових мережевих аналітиків можна виділити С. Берковіц, С. Вассермана, М. Грановеттера, Д. Ноука, Х. Уайта, Б. Уеллмана, Л. Фрімана та ін., завдяки дослідженням яких мережевий аналіз сьогодні є дуже затребуваним і застосовується в різних галузях науки.

Так, канадський соціолог Б. Уеллман одним з перших систематизував і представив історію розвитку мережевого аналітичного підходу і основні принципи його функціонування. Особливу увагу дослідник приділяє проблемам застосування мережевого аналізу в контексті розвитку інформаційно-комунікаційних технологій. На його думку, мережевий аналіз являє собою всеосяжний парадигмальний спосіб серйозного і всебічного вивчення соціальної структури, в результаті якого виявляються різні моделі зв'язків і визначається ступінь їх впливу на розподіл ресурсів у соціальній системі. Незаперечною перевагою структурного аналізу, за Б. Уеллманом, є можливість ефективного поєднання теоретичних розробок мережевого підходу і практичних нововведень в області збору та аналізу даних, що підвищує об'єктивність і достовірність результатів аналізу [90, с. 18].

В даний час аналіз соціальних мереж, пройшовши складний шлях становлення і оформлення в якості самостійного наукового напрямку, містить фундаментальні теоретико-методологічні основи, що дозволяють

визначати SNA як особливу парадигму, якій притаманні наступні характеристики:

1. Структурний характер діяльності, а не особливості окремих елементів структури, пояснюють поведінку в соціальній системі.
2. Фокус аналізу переноситься з вивчення атрибутивних властивостей елементів структури на виявлення характеру відносин між цими елементами. Таким чином питання щодо розподілу елементів за категоріями відповідно до їх внутрішнього змісту залишається за межами дослідження аналітика.
3. Дослідницький інтерес, у першу чергу, пов'язаний з питанням про те, як певні моделі відносин впливають на поведінку кожного члена мережі.
4. Структура, на думку мережевих аналітиків, являє собою мережу мереж, яка може бути/не бути розчленована на дискретні групи. При цьому тісно пов'язані групи далеко не завжди є складовими загальної структури.
5. Мережева аналітична методологія враховує реляційний характер соціальної структури, тому методи мережевого аналізу доповнюють, а іноді навіть і замінюють базові статистичні інструменти дослідження, які в якості об'єкта вивчення використовують незалежні одиниці аналізу.

Таким чином, в сучасній соціології структурний підхід, що заснований на вивченні взаємодій між соціальними акторами, називається аналізом соціальних мереж. Як правило, об'єктом дослідницького інтересу тут є зв'язки між окремими індивідами, або зв'язки між групами чи організаціями, або в якості об'єкта дослідження можуть виступати відносини між національними державами і міжнародними альянсами.

Треба відзначити, що основна ідея представників цього напрямку полягає в тому, що структурування соціальних зв'язків, в які залучені індивіди, має важливі наслідки для окремої людини. Мережеві аналітики прагнуть виявити різні моделі цих взаємодій, визначити умови, при яких ці моделі виникають і функціонують, а також з'ясувати, яку роль ці взаємодії грають в житті індивіда і суспільства в цілому.

Як вказує Л. Фріман, до появи аналізу соціальних мереж у тому вигляді, у якому він відомий сьогодні, дослідники використовували один або

комбінували декілька структурних підходів до вивчення соціальних явищ і процесів. Одні уточнювали і розкривали базові структурні положення. Інші збирали дані про кожного окремого актора, що дозволяло систематизувати різні соціальні моделі взаємодій.

Окремо розроблялись і впроваджувались у дослідницький процес спеціальні процедури для побудови візуальних образів різних типів зв'язків. А деякі вчені здійснювали математичні обчислення або прописували математичні властивості соціальних моделей. І лише зовсім недавно всі ці підходи були об'єднані в єдину дослідницьку парадигму, яка отримала назву «аналіз соціальних мереж».

Л. Фріман, також як і Б. Уеллман, вважає, що наявність загальних характеристик, які утворюють самостійне дослідницьке поле, дозволяє визначати SNA як оформлену наукову парадигму з певними рисами:

1. Базовою посилкою аналізу соціальних мереж є положення про наявність зв'язків, що з'єднують соціальних акторів.
2. SNA ґрунтується на даних емпіричних досліджень, які систематично оновлюються.
3. Аналіз соціальних мереж у значній мірі спирається на графічне відображення результатів.
4. Дослідження в рамках SNA здійснюються за допомогою математичного та/або обчислювального моделювання.
5. Спектр застосування аналізу соціальних мереж є надзвичайно великим, і з кожним роком кількість сфер його застосування зростає [72, с. 3].

Таким чином, стає очевидно, що мережевий аналіз являє собою особливий спосіб вивчення соціальної структури, який завдяки сформованому набору правил і принципів стає застосовуваним у багатьох галузях наукових досліджень. Ці основоположні принципи мережевого аналізу канадський дослідник представляє в наступному вигляді [72, с. 3; 90, с.10-11]:

1. Вивчення соціальних відносин має потужний пояснювальний потенціал у порівнянні з аналізом особистих якостей окремих членів системи.

Соціальна структура повинна розглядатись не просто як сума окремих акторів, а як сукупність відносин, що виникають між акторами всередині групи або між групами.

2. Норми є результатом розташування в структурованій системі соціальних відносин.

Для мережевих аналітиків важливо пояснити фактичну поведінку індивідів або спільнот, а не приписану їм поведінку. Таким чином, норми є результатом формування певної структури відносин; вони не є причиною виникнення цієї структури.

3. Соціальні структури визначають сутність діадичних відносин.

Мережеві аналітики стверджують, що моделі зв'язків у соціальній системі впливають на потоки ресурсів, що проходять через ці зв'язки. В мережевому аналізі важливо вивчати не просто зв'язок між двома індивідами, оскільки зв'язок являє собою частину соціальної системи, в яку індивіди включені. Кожен зв'язок дає учасникам мережі непрямий доступ до всіх, хто пов'язаний з іншими членами діади. За допомогою цих комплексних ланцюгів відносин передаються і розподіляються обмежені ресурси мережі.

4. Світ являє собою сукупність мереж, а не є сумою дискретних груп.

Учасники мереж одночасно складаються з багатьох соціальних кол, які разом утворюють соціальні системи (це положення відсилає до ідеї кіл спілкування Г. Зіммеля).

5. Структурні методи доповнюють і замінюють статистичні методи.

Статистичні методи розглядають окремих індивідів у якості незалежних одиниць аналізу. Соціальні ж процеси неможливо описати таким чином, оскільки соціальні процеси є чимось більшим, ніж просто сума окремих їх елементів. Перехід від методологічного індивідуалізму до структурного аналізу вимагає розробки нової реляційної методології та перегляду базових одиниць аналізу [90, с. 11].

На відміну від абстрактного уявлення мережевого суспільства, запропонованого М. Кастельсом і Я. Ван Дейком, теоретики аналізу



соціальних мереж прагнуть пояснити функціонування і взаємодію акторів в мережах за допомогою емпіричних досліджень.

«Базовою посилкою аналізу соціальних мереж є застосування соціограмних точок і ліній для відображення положення агентів і їх соціальних відносин. Моделі зв'язків між цими лініями в соціограмі представляють реляційну структуру суспільства або соціальної групи» [80, с. 36].

Представники сучасного мережевого аналізу застосовують його для дослідження тих форм відносин, які виникають у зв'язку з бурхливим розвитком інформаційно-комунікаційних технологій, в тому числі і інтернет-технологій. Це викликає виникнення ряду питань щодо того, яким чином нові технології, зокрема Інтернет, стають частиною соціального світу, і як вивчати найскладніші мережеві відносини, які в результаті виникають [73, с. 23].

Аналіз соціальних мереж використовує ідею мережі якраз для того, щоб представити нові форми людських взаємодій. Ідея сучасного мережевого аналізу полягає в твердженні, що комп'ютерні мережі стають соціальними, тільки коли вони з'єднують окремих індивідів, групи індивідів або організації.

Питання про взаємодію і взаємовпливи технологічного і соціального лежить в основі акторно-мережевої теорії, представники якої пропонують особливий метод вивчення соціотехнічних відносин в умовах складних мереж, де технологічні, соціальні і культурні елементи розглядаються в одній загальній площині взаємодії. Продовжуючи постструктуралістську традицію, акторно-мережева теорія заперечує наявність діалектичних опозицій суб'єкт-об'єкт, природа-суспільство, дія-структура, макро-мікро. Різноманітні практики виробляються в результаті спільної діяльності людей (human) і не-людей (non-human). Суспільство, таким чином, сконструйовано з людей і не-людей, які залишаються в рівній мірі активними [27, с. 64-65].

В умовах динамічних технологічних інновацій і широкомасштабного поширення інформаційно-комунікаційних технологій методологія акторно-

мережевої теорії пропонує унікальні можливості побудови складних моделей взаємозв'язків науки, технології і суспільства.

АСТ як самостійний напрям по-своєму інтерпретує соціальну реальність, при цьому протиставляючи себе класичним соціологічним підходами і вказуючи на помилкове розуміння ними категорії «соціального». Серед найбільш впливових представників цього підходу слід вказати Б. Латура і М. Каллона, чії наукові дослідження пов'язані переважно з розробкою загальних теоретико-методологічних основ акторно-мережевий теорії, а також Дж. Ло, М. Акріч, В. Сінглтон, які займаються дослідженнями науки і технологій в руслі АСТ.

Б. Латур, пояснюючи, що представляє собою акторно-мережева теорія, вказує на те, що вона, виникнувши з соціології науки, зробила власні «крайні висновки, що стосуються не тільки науки, а й соціальної теорії» [31, с. 135], суть яких зводиться до того, що:

- по-перше, всебічна соціологія науки можлива з точки зору повноцінного свого функціонування;
- по-друге, така соціологія не повинна обмежуватись лише зовнішнім соціальним контекстом науки, враховуючи технічний і когнітивний зміст наукових досліджень;
- по-третє, для пояснення наукових практик методи традиційної соціальної теорії не є достатніми і ефективними.

Як наслідок, виникає необхідність створення нової теорії, яка змогла б пролити світло і на «більш тонкі теми» [29, с. 136].

М. Каллон зазначає, що для засновників АСТ соціальне пояснення наукових фактів і технічних артефактів є тупиковим методом, оскільки в цьому випадку виходить, що якийсь фізичний об'єкт за допомогою соціального пояснення можна легко замінити іншим об'єктом, що належить суспільству, що фактично означає ідеологізованість наявних наукових фактів, які стають лише відображенням чийхось інтересів [73, с. 51].

Б. Латур з цього приводу пише, що «немає суттєвої різниці між гуманітарними або суспільними науками і науками точними або природними, тому що немає більше науки, відмінної від суспільства» [20, с. 6].

Соціальний феномен, на думку Б. Латура, позначає якийсь стійкий набір зв'язків, який може бути використаний для подальшого опису абсолютно іншого феномена. Соціологія ж є «наукою про життя спільно», чи не наукою про соціальне, а наукою про простеження зв'язків, де «соціальне» є типом зв'язку між речами, які самі по собі соціальними не є.

Варто зауважити, що Г. Тард однозначно визначав суспільство як комплексну систему, що представляє собою з'єднання матеріальних і нематеріальних об'єктів. Для Г. Тарда соціальне – це не особливого роду реальність (як, наприклад, для Е. Дюркгейма). Соціальне являє собою особливий принцип з'єднання.

Б. Латур знаходить ще одного однодумця серед представників попередньої соціологічної традиції в особі Г. Гарфінкеля, який, на його думку, абсолютно адекватно представляє основну задачу соціології, що складається в поясненні основ функціонування суспільства. Г. Гарфінкель переконаний, що соціологія не повинна використовувати суспільство як засіб для пояснення чогось іншого, в тому числі і політичних процесів.

У зв'язку з бурхливим розвитком інформаційно-комунікаційних технологій, зростанням кількості віртуальних мережевих спільнот і соціальних мереж «відбувається істотне розширення і переформатування проблемного поля міждисциплінарних досліджень мережевих феноменів» [83, с. 2-3].

У тому числі серйозне переосмислення в описі соціальної реальності існує на рівні соціальної теорії. Так, з точки зору М. Кастельса найважливіше значення у формуванні сучасного суспільства має повсюдне поширення технологій мережевих комунікацій. Б. Латур і інші представники акторно-мережевої теорії претендують на опис практично будь-якого соціального феномену за допомогою метафорики мереж і потоків.

Розвиток Інтернету як засобу комунікації сприяв зростанню можливостей для збору даних соціальних мереж; масштабні удосконалення комп'ютерних технологій пропонують все більше нових способів збору і обробки різних типів даних [31, с. 207].

Дешеве й просте у використанні програмне забезпечення і вдалі публічно відкритої інформації дають громадянам дедалі більше можливостей для ідентифікації подій, місць і людей. Ілюстративним прикладом слугує неприбуткова організація дослідників Bellingcat, яка використовуючи фотографії й відеозаписи, розміщені в Інтернеті, доступ до баз даних (придбаний або «злитий»), дані реальної журналістики, досягла дивовижних результатів, оприлюднивши багато цікавої й актуальної інформації. Технологія Geofence, що використовується у смартфонах, дозволяючи третій стороні через додаток доступ до місця розташування, збирає GPS-сигнали та IP-адреси та за допомогою цих даних «бачить», хто заходить і виходить з певного простору [32; 33].

Більш того, використання Інтернету стало повсюдно поширеною соціальною практикою, а основна сфера його застосування в повсякденному житті так чи інакше пов'язана з соціальними мережами.

Ці обставини пояснюють актуальність аналізу соціальних мереж, що дозволяє досліджувати і аналізувати типи соціальних взаємодій в умовах нової соціальної реальності.

Огляд основних теоретичних підходів до дослідження мережі демонструє різноманіття і неоднозначність трактувань категорії «мережа», що в свою чергу свідчить про комплексний характер дослідного поля, про відсутність у дослідників у даний час єдиного методологічного інструментарію, а також про суперечливі тенденції в розробці загальної понятійності.

Теоретики мережевого суспільства, мережеві аналітики і представники акторно-мережевої теорії по-різному визначають мережу, використовуючи її в якості сильної метафори, ефективного способу опису реалій сучасного суспільства, або розглядають мережу як процес дослідження соціальної

реальності. Така ситуація, безсумнівно, є відображенням тих динамічних змін в сучасному суспільстві, які відбуваються під впливом стрімкого розвитку і поширення інформаційно-комунікаційних технологій, особливо Інтернету.

Активні дискусії, в які сьогодні залучені дослідники з різних наукових галузей, вказують на те, що мережа, дійсно, здатна відбити особливості сучасної соціальної реальності. А це, в свою чергу, дозволяє сподіватись на створення єдиного концептуального поля і універсальної понятійності в рамках виникаючої мережевої парадигми.

## **Висновки до розділу 1**

На межі XX–XXI ст. соціальне знання зафіксувало перехід людства в нову історичну добу постіндустріального розвитку, в т.зв. «інформаційну епоху», яка характеризується глобальними змінами в усіх сферах суспільного життя. Важливе місце у процесах глобалізації і суспільного розвитку займає Інтернет, який стає вирішальною технологією інформаційної епохи й об'єднує весь світ. Інтернет стрімко розростається, набуває нових форм існування, впроваджується в різні сфери життєдіяльності сучасного суспільства. Глобальна інформаційна мережа Інтернет сьогодні являє собою потужний засіб для досліджень сучасної соціальної реальності.

У процесі історичної еволюції Інтернет трансформувався. Спочатку це була статична мережа, призначена для перевезення невеликого вантажу байтів або короткого повідомлення між двома терміналами. Сьогодні, через цей «електронний Левіафан» завантажуються величезна кількість інформації. Інтернет у процесі свого розвитку зазнав величезного зростання; наразі це вже не контрольований певною державою проект, а найбільша комп'ютерна мережа в світі, що включає 70 мільйонів користувачів. Це складний багатодисциплінарний інструмент, що дозволяє людям створювати контент, спілкуватися один з одним і навіть уникати реальності. Сьогодні ми можемо відправляти дані з одного кінця світу на іншій в лічені секунди, робити онлайн-презентації, жити в паралельних «ігрових світах» і використовувати

зображення, відео, звук і текст, щоб ділитися нашим реальним життям, нашою справжньою ідентичністю. Особисті історії публікуються; місцеві проблеми стають глобальними [59, с. 14].

Виникнення глобальної мережі Інтернет (Internet) знаменує собою новий етап розвитку людства, який характеризується домінуючою цінністю інформації, новою соціальною диференціацією за принципом «наближеності до знання», симбіозом соціальної організації з інформаційними технологіями.

Треба відзначити, що огляд основних теоретичних підходів до дослідження мережі демонструє різноманіття і неоднозначність трактувань категорії «мережа», що в свою чергу свідчить про комплексний характер дослідницького поля, про відсутність у дослідників в даний час єдиного методологічного інструментарію, а також про суперечливі тенденції в розробці загальної понятійності. Теоретики мережевого суспільства, мережеві аналітики і представники акторно-мережевої теорії по-різному визначають мережу, використовуючи її в якості сильної метафори, ефективного способу опису реалій сучасного суспільства, або розглядають мережу як процес дослідження соціальної реальності. Така ситуація, безсумнівно, є відображенням тих динамічних змін в сучасному суспільстві, які відбуваються під впливом стрімкого розвитку і поширення інформаційно-комунікаційних технологій, особливо Інтернету. Такі активні дискусії, до яких в даний час залучені дослідники з різних наукових областей, вказують на те, що глобальна інформаційна мережа, дійсно, здатна відбити особливості сучасної соціальної реальності. А це, в свою чергу, дозволяє сподіватися на створення єдиного концептуального поля і універсальної понятійності в рамках виникаючої мережевої парадигми [79, с.803].

## **РОЗДІЛ 2. МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ СОЦІОЛОГІЧНОГО АНАЛІЗУ ОСОБЛИВОСТЕЙ ФУНКЦІОНУВАННЯ І ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ КОМУНІКАТИВНОЇ СФЕРИ ІНТЕРНЕТУ В ІНФОРМАЦІЙНОМУ СУСПІЛЬСТВІ**

### **2.1. Специфіка вивчення феномена Інтернету в соціологічній науці**

Відповідно до загальноцивілізаційних закономірностей будь-яке суспільство протягом усього історичного періоду свого розвитку проявляє себе як соціальна система, що самореалізується. Формування всіх необхідних відносин у його соціальній сфері, її упорядкування у цілому є неминучим, до певного етапу розвитку спонтанним, стихійним процесом. Реалізація цього процесу відбувається на базі функціонування відповідної інформаційної системи, що формується під запити суспільства.

На тому етапі розвитку суспільства, коли його життєздатність стикається з викликами, нейтралізація яких вимагає мобілізації всіх наявних у розпорядженні людей ресурсів, настає період необхідного осмислення соціальних процесів як цілісної системи і соціальних структур – як її складових. Результатом цього осмислення стає внесення відповідних системоутворювальних корективів до процесу еволюції. При цьому вдосконалюється розвиток соціальної структури, економічної, політичної, науково-технологічної, інформаційно-аналітичної, соціально-культурної та інших форм діяльності.

Еволюція суспільства набуває цілеспрямованості і зростаючої ефективності. Цей процес із різним ступенем інтенсивності в тій чи іншій мірі характерний для кожного історичного періоду розвитку суспільства. В Україні у 90-ті роки минулого століття він проявив себе на новому, якісно вищому рівні трансформації під впливом таких могутніх факторів як здобуття незалежності й розбудова суверенної держави.

У цей же час бурхливий розвиток глобальних інформаційних процесів відразу поставив Україну перед необхідністю швидкого технологічного переозброєння, у тому числі й у сфері інформаційних технологій. Цей

розвиток, у свою чергу, був наслідком об'єктивної потреби формування нових виробничих і всіх інших соціальних відносин у зв'язку із зростанням продуктивних сил до постіндустріального рівня їх розвитку.

Даний процес став можливим на базі створеної суспільством відповідної інформаційної бази та технологій її використання в суспільному поступі. При цьому вперше в нашій історії техніко-технологічний прогрес впроваджувався в глобальних масштабах з ініціативи країн-глобалізаторів та ТНК, оскільки відповідав утвердженню їх економічних, політичних та інших інтересів. Створювалися умови, за яких суттєвий прогрес і поширення інформаційних технологій, глобальний характер систем масової комунікації призводив до утворення глобального інформаційного простору, який змушував світову спільноту, кожну державу швидко орієнтуватися та адаптуватися в сучасному інформаційному середовищі.

Зростаюча ефективність використання інформаційних надбань, інформаційної бази суспільства дедалі більшою мірою сприяла ефективності суспільного розвитку. Водночас нові можливості в керуванні наявними обсягами інформації дозволили відбирати з наявних запасів інформації для використання найбільш ефективну, змістовну її частину – знання.

Тому вже сьогодні перед людством вимальовуються нові перспективи для дальшого поступу – побудови суспільства, заснованого на знаннях (Knowledge society, К-суспільство). Сьогодні вже зрозуміло, що шлях до нього пролягає через розвиток постіндустріального, інформаційного етапу, через інтенсифікацію глобальних процесів і їх зростаючий вплив на розвиток соціальних структур суспільства.

Виклики сучасності обумовлюють необхідність затрат усіх видів ресурсів, творчої енергії кожного із суб'єктів сучасного історичного процесу. Водночас актуалізується потреба постійного вивчення, усвідомлення і продуктивного використання сучасних інформаційних і мережевих технологій, удосконалення діяльності, спрямованої на ефективне використання інформаційних ресурсів.



Для України, враховуючи нинішній етап її розвитку, усі ці завдання є особливо складними й відповідальними, оскільки від їх реалізації залежатиме місце нашої держави в системі глобальних відносин нового, інформаційного етапу розвитку людства.

Оскільки процес розвитку інформаційних технологій є основою суспільного прогресу, інформаційна сфера діяльності суспільства набула особливого значення в його інноваційному поступі, питання розвитку цієї сфери потребують комплексного підходу в їх вирішенні. На користь цієї точки зору свідчить практика суспільної діяльності протягом останніх десятиріч. Нова суверенна українська держава з часу її створення демонструвала відданість західним демократичним цінностям, практично повну відкритість для їх впровадження в усіх сферах суспільного життя незалежно від ступеня готовності цих сфер до кардинальних змін, що відбуваються на базі використання нових інформаційних технологій.

Не маючи відповідних напрацювань на рівні інформаційних технологій, зокрема також і через те, що українська комп'ютеризація була невід'ємною складовою розвитку технологій союзної держави і мала відмінний від західного вектор розвитку, наше суспільство не могло (до того ж в умовах розвалу економіки) відстоювати протягом 90-х років минулого століття національні інтереси та специфіку власного розвитку і в політичній, і економічній, і в інших сферах розвитку. У зв'язку з цим протягом тривалого часу спостерігався повний програш вітчизняних виробників у рекламній справі, що є важливим компонентом формування ринкових відносин, у використанні інформаційних технологій для просування економічних, політичних та інших інтересів. При цьому нерідко відбувалося «прищеплення» на український ґрунт неефективних в умовах України теорій і методик, що не сприяли вітчизняному розвитку.

Практика демонструє, що ефективним методом вирішення вітчизняних проблем в інформаційній сфері є метод комплексного, планомірного розвитку інформаційної системи, орієнтованої на задоволення інтересів українського суспільства. Адже впровадження сучасних технологій в

окремих галузях, як це вже відбувалося в минулому, призводить до нерівномірного розвитку в масштабах суспільства і створює при цьому цілий ряд додаткових проблем.

В умовах сучасної інформатизації, що характеризується створенням можливостей для інфотворчості для всіх категорій громадян, налагодженням зворотного зв'язку між виробниками інформації та користувачами, удосконаленням роботи центрів зберігання і організації використання наявних ресурсів, удосконаленням пошукових технологій у системах електронних ресурсів – усіх впроваджуваних заходів для підвищення ефективності використання інформації, обмеження складових інформаційної системи лише складовими, пов'язаними з обробкою електросигналу, вже стає неоправданим.

У цьому випадку більш вичерпним для розуміння даного поняття є застереження, зроблене в процесі філософського дослідження, у якому йдеться про те, що в сучасній науці під системами звичайно розуміють складні об'єкти, що характеризуються не лише множинністю, а й різнотипністю, різноякісністю створюючих їх елементів і зв'язків. Суттєво уточнюється дане поняття зауваженням про єдність елементів системи як множини елементів, що перебувають у відносинах і зв'язках між собою, створюють певну цілісність, єдність. Підкреслення цих характерних особливостей системи в застосуванні до характеристики даного явища в сучасній інформаційній сфері життя суспільства є важливим, оскільки дає змогу відобразити реалії сучасності, пов'язані з існуванням у цій сфері як традиційних, так і нових складових, пов'язаних з утвердженням нових електронних, інформаційних, мережевих технологій.

Розширення доступу дедалі більшої кількості людей до інформаційних масивів загальносуспільного масштабу, особливо з впровадженням електронних технологій, прискорило процеси структуризації суспільства, розвиток і збільшення, урізноманітнення соціальних структур, заснованих на об'єднанні відповідних соціальних спільностей. При цьому, як зауважує Л.

Юрженко, характерною рисою соціальної спільності є те, що соціальні системи складаються саме на її базі.

З огляду на наведені аргументи, правомірним є розгляд інформаційної системи у форматі уявлень про систему соціальну, як цілісне утворення, основними елементами якого є люди, їх норми і зв'язки, соціальну спільність, для якої є характерними такі системоутворювальні якості, як мета, ієрархія, керування, а також – межі керованості.

Становлення нової соціальної структури, пов'язаної з якісно новим рівнем розвитку, відбувається на базі історичної закономірності, яка полягає в тому, що суспільства організуються навколо процесів людської діяльності, структурованих і історично детермінованих у відносинах виробництва, досвіду і влади. І всі ці процеси базуються на відповідно структурованій інформаційній основі, що є основним елементом соціальної інформаційної системи. За своєю структурою ця система в основному відповідає напрямкам необхідної для існування й розвитку суспільства діяльності. Це обумовлюється основною характерною рисою складових системи – соціальних структур, – що існують і розвиваються на базі певних форм людської діяльності.

Оскільки будь-якій суспільно значущій діяльності передують творення її інформаційної основи, формування цієї основи завжди мало суттєве значення для розвитку суспільства. В інформаційному суспільстві, коли шляхи впливу даної інформаційної основи на практичну діяльність скорочуються до раніше незваної дистанції, коли виробництво нової інформації дедалі більше включається в процес розвитку продуктивних сил суспільства, соціальна інформаційна система набуває зростаючого значення в розвитку суспільства.

Таким чином, якщо характеризувати інформаційну систему в умовах інформаційного суспільства, що розвивається, в умовах нинішнього етапу інформатизації, сучасного науково-технічного забезпечення інформаційних процесів, під соціальною інформаційною системою можемо вважати організовану мережу соціальних структур, оснащену засобами для виробництва, комплектування, обробки та зберігання, організації безпеки

значущої для даної системи інформації, що забезпечує ефективне використання наявних у розпорядженні суспільства інформаційних ресурсів, сприяє їх оновленню і розвитку, необхідному для суспільного прогресу.

Якісно новим явищем у системі горизонтальних інформаційних зв'язків став процес розвитку мережевих інформаційних технологій. Поява цих технологій обумовлена розвитком суспільної інформатизації, метою якої є забезпечення на базі електронних технологій доступу всім категоріям громадян до інформаційних ресурсів, можливостей продукування нової інформації. Ці можливості створили нову ситуацію в соціальній сфері суспільства, піднявши соціальне значення особи, створивши можливості для організації віртуальних (таких, що можуть або мають виявитись за певних умов) соціальних утворень і зростання їх впливу на суспільне життя.

Інформаційне середовище соціальних мереж з огляду на його зростаючу впливовість на свідомість користувачів поступово стає також об'єктом впливу громадських організацій, владних структур, бізнесу. Воно також стає об'єктом маніпулятивних технологій, негативних інформаційних впливів. З огляду на зростаючі перспективи значущості цих інформаційних технологій у суспільному житті, ці технології в рамках розвитку сучасної інформаційної системи заслуговують на ґрунтовне вивчення.

Соціальні Інтернет-мережі є специфічним сучасним середовищем, покликаним задовольняти різноманітні потреби користувачів: інформаційні, комунікативні, професійні тощо. Окрім цього, Інтернет-мережа – це середовище, завдяки якому відбувається кардинальне зростання соціальних комунікацій. Соціальні Інтернет-мережі мають суттєву ознаку, яка відрізняє їх з-поміж інших форм спілкування. Це їх висока впливовість на учасників соціальної Інтернет-взаємодії. Значна кількість інформації, доступна користувачам Інтернет-мереж, формує потужний потенціал інтересу учасників Інтернет-спільноти, що робить можливим посилення впливу на кожного конкретного індивіда у зв'язку з його персональними потребами та запитам.

Як наслідок, підвищення рівня зацікавленості членів соціальних мереж

породжує розгортання віртуального (Інтернет-опосередкованого) типу соціальної взаємодії та залучення до його лав все більшої кількості учасників. У цьому і полягає специфічна своєрідність мережевого Інтернет-спілкування як форми соціальної взаємодії. Окрім цього, засоби впливу в соціальних Інтернет-мережах апелюють здебільшого до емоційного сприйняття й часто спонукають користувачів на певні дії [9, с. 157].

Складність та багатозначність феномену Інтернет-мереж провокує виникнення різнобічних трактувань цього явища. Аналіз соціальних Інтернет-мереж з позицій різних соціологічних підходів дає можливість всебічно охарактеризувати зазначене явище і обрати той методологічний інструмент, який найкраще відповідає потребам того чи іншого суспільства, а тому є актуальним для сучасного наукового знання та соціальної практики.

Таким чином, можемо визначити наукову проблему дослідження як суперечність, з одного боку, між різними трактуваннями поняття соціальної Інтернет-мережі в соціології, та з іншого боку, потребою обрання такого теоретичного базису, який дозволить виявити значення соціальних Інтернет-мереж для розв'язання певної соціальної проблеми. Аналіз останніх досліджень і публікацій переконливо свідчить, що проблема визначення сутності соціальних Інтернет-мереж ще досі є нерозв'язаною, незважаючи на численні спроби багатьох вітчизняних та зарубіжних соціологів дослідити зазначений феномен.

Дослідженням Інтернет-мережеских комунікацій присвячено доробки таких вітчизняних науковців, як І. Артамонова, Т. Гиріна, Л. Городенко, О. Жигалін, А. Захарченко, В. Іванов, Е. Кац, Є. Патаракін, В. Рябічев, Д. Солов'яненко, О. Шеховцева тощо. Серед здобутків зарубіжних дослідників можемо виділити праці таких вчених, як Б. Хілл, М. Гласер, В. Мейер, П. Валькенбург, Л. Фарк'юхар та Р. Мідс, К. Еріксон та Ф. Говард, П. Джерранд, Т. Паулюс та ін.

У працях цих дослідників робляться акценти і на комунікативних аспектах функціонування соціальних Інтернет-мереж, і на соціально-культурних особливостях їх розвитку і на соціально-психологічних чинниках

перебування користувачів у полі цих мереж. Однак всебічне вивчення самого поняття соціальної Інтернет-мережі є в соціології наразі недостатньо розробленим питанням, попри значну кількість наукових спроб дати визначення цього феномену, і з'ясувати його соціальну значущість.

Складність наукового визначення поняття соціальної Інтернет-мережі, його суті та суспільного значення, як ми вже зазначали, передусім полягає у різноманітті підходів до його трактування (наприклад, як засіб впливу на особистість, як середовище існування особистості, як віртуальна реальність тощо).

Соціальна Інтернет-мережа у кожному з цих випадків трактуватиметься специфічно іншим чином. Тобто формулювання дефініції поняття має відбуватися в рамках тих завдань, які ставить перед собою дослідник. Якщо дослідницьким завданням є, наприклад, з'ясування можливостей і меж застосування соціальних Інтернет-мереж для аналізу такої соціальної проблеми, як утворення і розширення нового типу соціокультурних спільнот, то доцільно використовувати технології і соціологічні концепти мережевого суспільства доби глобалізації. У випадку, коли дослідницький інтерес зосереджено на вивченні соціальних функцій різноманітних соціальних Інтернет-мереж, обирається зазвичай функціоналізм.

Вивчення феномену соціальної Інтернет-мережі в сучасній соціології означає необхідне застосування різних методологічних підходів до аналізу досліджуваного явища, вироблених як класиками цієї науки, так і їх наступниками. Ймовірно, питання мультипарадигмальності соціології сьогодні якнайкраще ілюструється в контексті дослідження полісемантичних та різновекторних феноменів, до числа яких відноситься і поняття соціальної Інтернет-мережі. Складність трактувань цього явища, суперечливість дослідницьких позицій у вивченні соціальних Інтернет-мереж зумовлюють необхідність визначення чітких критеріїв, за якими аналізоване явище розглядається в конкретних контекстуальних рамках. Питання конкретизації методологічної бази дослідження закономірно породжує потребу визначення аксіоматичної основи того чи іншого підходу. Побудова такого ядра складає

важливе завдання соціологічної науки стосовно вивчення актуальних питань функціонування соціальних Інтернет-мереж у сучасному науковому дискурсі.

Структурний функціоналізм позначає такий напрям соціологічного знання, який розглядає явища і процеси суспільства та соціуму як соціальні системи, що мають власну структуру й механізм взаємодії відповідних структурних елементів, кожен з яких має власні функції та роль у цій системі. З позицій структурного функціоналізму соціальні Інтернет-мережі постають як цілісна багаторівнева система з чітко поєднаними функціонально-статусними та структурно-стилістичними рисами, що обумовлюють соціальні звички і соціальні відносини в Інтернет-мережі як такий. Структурний функціоналізм з позицій аналізу соціальних Інтернет-мереж може бути розглянутий як інтегративна концептуальна схема, що виражає упорядкований характер розвитку Інтернет-спільноти.

Стійке функціонування соціальної Інтернет-мережі як системи стає можливим завдяки існуванню відповідного одиничного акту, здійснення якого обумовлюється чотирма функціональними імперативами: функція досягнення цілі, адаптація системи по відношенню до навколишнього середовища, інтеграція всіх компонентів системи, регулювання прихованих напружень системи [6, с. 68].

Соціальна Інтернет-мережа постає як методологічна єдність чотирьох зазначених компонентів, що всебічно характеризують як індивідуальні потреби кожного Інтернет-користувача, так і запити соціальної мережі стосовно можливості власного функціонування.

Характеризуючи соціальну Інтернет-мережу з позицій структурного функціоналізму як соціальну систему, можемо подати її визначення словами самого Т. Парсонса, який говорив, що соціальна система, зведена до найпростіших понять – мета, мотив, функція та дія, – «складається із значної кількості індивідуальних діючих індивідів, які взаємодіють один з одним в ситуації, яка має принаймні фізичний аспект, тобто перебуває в певному середовищі діючих осіб, мотивація яких визначається тенденцією до

оптимізації задоволеності» [5, с. 78].

Як бачимо, з цього визначення можна використати й таку сутнісну рису об'єкта нашого дослідження, як домінуючий інтерес аудиторії соціальних Інтернет-мереж – прагнення до отримання задоволення та комфорту від спілкування і взаємодії з іншими учасниками соціально-комунікативного процесу. Соціальна Інтернет-мережа як стійка система складається з низки підсистем, покликаних впорядковувати соціальні зв'язки та соціальні відносини, що належать користувачам у мережі.

Таким чином, принцип системності, що лежить в основі структурного функціоналізму, дозволяє охарактеризувати соціальні Інтернет-мережі як цілісно-структурне утворення, покликане оптимізувати соціальні зв'язки і відносини всіх учасників соціального процесу, включених в ту чи іншу Інтернет-мережу такого гатунку.

Соціальні Інтернет-мережі з позицій конфліктологічного підходу в соціології мають функції регулятора соціальних взаємодій окремих Інтернет-користувачів та соціальних Інтернет-груп. Соціальна Інтернет-мережа надає усім учасникам мережевої взаємодії широкі можливості для задоволення власних потреб та інтересів, а також можливостей у комунікативній часто конфліктній за характером взаємодії. Засобами соціальних Інтернет-мереж можуть бути врегульовані як міжособистісні, так і міжгрупові конфлікти, а інколи навіть і внутрішньо-особистісні конфлікти. Регулювання конфлікту є, таким чином, провідним завданням соціальних Інтернет-мереж з точки зору конфліктологічного підходу. Соціальна мережа, звісно, не здатна погасити чи вирішити виникаючі конфлікти: підхід до конфлікту як до проблеми, яка обов'язково має бути усунена, є утопічним, адже провідним шляхом суспільного розвитку виступає саме регуляція, а не подолання конфліктної взаємодії. "Конфлікти не зникають через їхнє регулювання; вони не обов'язково відразу стають менш інтенсивними, але тією мірою, в якій їх вдається регулювати, вони стають контрольованими, і їхня творча сила служить поступовому розвитку соціальних структур" [1, с. 145].

Феномен конфлікту в межах соціології пов'язаний із структурою



стратифікації, інтенсивністю домінування, ресурсами, які дають можливість групам організовуватися (або перешкоджають цьому) [2, с. 62]. Провідна роль соціального конфлікту, яку він виконує в соціальних Інтернет-мережах, більшою мірою розкривається за допомогою насамперед його позитивних наслідків, таких як розрядка напруженості, відтворення людської взаємодії, дискусія, консолідація, комунікація тощо. Усі ці компоненти органічно присутні в будь-якій Інтернет-мережівій взаємодії, завдяки чому, на наш погляд, соціальні Інтернет-мережі набувають все більшої популярності.

Конфліктологічний підхід, таким чином, дозволяє проаналізувати сутність соціальних Інтернет-мереж, з одного боку, як відображення реальної міжособової та міжгрупової соціальної взаємодії, що розвивається згідно з принципами боротьби інтересів та мотивів її учасників, а з іншого – як сфери реалізації власних конфліктних проявів користувача, який має можливість максимально безболісно проявити власні соціально небажані конфліктні тенденції.

У той час як підходи в межах структурної парадигми акцентують увагу на соціальних структурах та їх функціях, а також на конфліктних ситуаціях та їх розв'язанні, підходи, представлені в інтерпретативній парадигмі, зосереджуються на вивченні та інтерпретації конкретної соціальної дійсності та взаємодії індивідів. Символічний інтеракціонізм постулює, що в основі всіх соціальних процесів лежить соціальна взаємодія індивідів за допомогою символів, яка формує соціальний світ як самого індивіда, так і суспільства в цілому. Символічний інтеракціонізм, на наш погляд, якнайкраще описує сутність та призначення соціальної Інтернет-мережі: це віртуальна система, спрямована на встановлення взаємодії між індивідами та опосередкована символічними засобами комунікації. Символ як спосіб взаємодії між індивідами в соціальній Інтернет-мережі розуміється тут у прямому та опосередкованому сенсі. З одного боку, віртуальне спілкування та взаємодія є символічними апріорі, а з іншого боку, символи виступають і як замітники безпосередньої взаємодії та спілкування (мова сленгів, згортання мовленнєвого повідомлення та заміна його знаками тощо).

Символічний інтеракціонізм пояснює поведінку людей не їх індивідуальними інтересами, а соціальними факторами, що цілком має місце і в соціальних Інтернет-мережах: окремі індивідуальності складають певну сукупність, яка стає домінуючою в межах конкретної соціальної проблеми. Індивідуальне є цінним тільки як складова цілого, певного соціального утворення, яку кожна наступна індивідуальна воля і свідомість збагачує та розширює [8].

З позиції символічного інтеракціонізму різноманітні взаємозв'язки та взаємодії індивіда із зовнішнім оточенням, як ми вже зазначали, опосередковані символами. Символами можуть виступати не лише знаки як засоби спілкування або символічний (віртуальний) соціальний простір, – символічною є і та взаємодія, яку виконує індивід під час перебування у соціальній Інтернет-мережі. Як правило, та взаємодія, яка зазвичай притаманна особі у реальному житті, суттєво трансформуються при входженні у віртуальний простір Інтернет-мережевої комунікації. Ті уявлення, які людина має про себе і які не завжди збігаються з її реальними властивостями та можливостями, вона часто прагне реалізувати саме у соціальній Інтернет-мережі, будучи нереалізованою в тій чи іншій сфері своєї діяльності у реальному бутті.

Перебування у віртуальній мережі здатне дати індивідові відчуття задоволеності та самодостатності. Окрім цього, відчуття приєднаності до великої соціальної групи, а також до малих, вузькоспеціалізованих груп як підструктур останньої, дає людині можливості та стимули до самовдосконалення, стимулює відчуття захищеності та підтримки оточуючих.

Як зазначають представники символічного інтеракціонізму, індивіди діють у соціумі, керуючись перш за все тими значеннями і смислами, які вони надають тим чи іншим об'єктам. Ці смисли виступають продуктом соціальної взаємодії. Зміни соціальної реальності є результатом постійних та безкінечних взаємних узгоджень смислів між діючими соціальними суб'єктами [4]. Масиви інформації, які продукують учасники соціальних

Інтернет-мереж у процесі взаємодії, можуть стати певними суспільними індикаторами [9, с. 157].

Близькою по суті до символічного інтеракціонізму є феноменологічна соціологія, яка також постулює інтерпретацію соціальної реальності через духовну взаємодію індивідів у реальних соціальних системах. Феноменологічна теорія збагатила соціологічну думку розширеним розумінням таких соціальних категорій, як повсякденне життя, інтерсуб'єктивний світ, індивідуальний досвід. Соціальна реальність представляється індивідам як суб'єктам духовної взаємодії у формі початково існуючого інтерсуб'єктивного світу, що визначається сукупністю сталих способів розуміння людьми одне одного і формування загальних уявлень про довколишню дійсність.

Соціальні Інтернет-мережі якнайкраще демонструють цю модель соціальної взаємодії: та смислова сукупність, що вкладається у кожен об'єкт соціальної дії, транслюється усім учасникам мережевої взаємодії. Вони органічно засвоюють її і таким чином виробляють спільну універсальну систему смислів. Найпростіший приклад: в силу наявності спільної універсальної системи смислів у соціальній мережі усі учасники процесу Інтернет-мережевої взаємодії однозначно розуміють певні знаки.

Отже, з точки зору феноменологічного розуміння соціальні Інтернет-мережі стають органічною складовою повсякденного духовного життя індивідів, даючи можливість індивідуальному досвіду кожного з них знаходити своє вираження та реалізацію через віртуальну Інтернет-мережеву взаємодію. Згідно з феноменологічною соціологією, у соціальних Інтернет-мережах спостерігають трансформацію інтерсуб'єктивного світу індивіда у віртуальну соціальну реальність об'єктивно існуючого. Індивідуалізоване буття, таким чином, трансформується у компонент соціального колективного.

Отже, поняття соціальної Інтернет-мережі може бути всебічно проаналізовано лише з позицій різних соціологічних теорій. На наш погляд, поняття соціальної Інтернет-мережі цілком може вважатися

поліпарадигмальним. Це пов'язано, насамперед, з глобальністю цього феномену та його можливостей охоплення значних сфер суспільного існування, в яких він представлений чи задіяний.

Наявність систем поліпарадигмального характеру обґрунтовує С.О. Кравченко, який вирізняє найбільш значимі фактори їх формування: «1) плюралістичність соціуму, що визначається в контексті його закритості – відкритості, та 2) характер саморозвитку соціуму, детермінований збільшенням його динамічної складності і зменшеним часовим масштабом існування» [3, с. 9].

По-перше, соціальні Інтернет-мережі виступають як системи, що самі певною мірою здатні регулювати ступінь плюралістичності окремих соціальних спільнот.

По-друге, збільшення показника динамічності та згортання часової перспективи характеризують саморозвиток соціальних Інтернет-мереж як специфічних соціальних інституцій. Таким чином, розвиток соціальних Інтернет-мереж відбувається за тією спрямованістю, що визначає їх становлення як поліпарадигмального феномену.

Соціальні Інтернет-мережі – явище відносно нове для сучасної соціологічної науки та практики. Вивчення феномену соціальних Інтернет-мереж приховує значну кількість небезпек для дослідника, і одна з провідних серед них – парадигмальна невизначеність та термінологічний хаос у дослідженні цих мереж. До кожного обраного підходу в межах двох головних соціологічних парадигм визначимо аксіологічні ядра:

1. Для структурного функціоналізму характерним є вивчення феномену соціальних Інтернет-мереж з точки зору їх розуміння як цілісної системи, що має свою структуру, кожна складова якої виконує притаманні їм соціальні функції.

2. В межах конфліктологічної соціології соціальні Інтернет-мережі розглядають як віртуальний простір з конфліктними характеристиками, дослідження яких скеровує на пошуки шляхів розв'язання конфліктних ситуацій та досягнення консенсусу.

3. В межах символічного інтеракціонізму соціальні мережі в Інтернеті можна розглядати як поведінкову взаємодію, що здійснюється за допомогою символів.

4. Феноменологічна соціологія може розглядати соціальні Інтернет-мережі як духовну взаємодію у пошуках спільного сенсу.

Таким чином, у дослідженнях соціальних Інтернет-мереж кут застосованого аналізу зумовлений аксіоматичним ядром, обрання якого визначають тією науково-практичною проблемою, яка стоїть перед соціологом.

## 2.2. Особливості соціологічного аналізу функціонування Інтернету в комунікативному полі суспільства

З появою Інтернету для людства відкрився цілий спектр нових можливостей. Спробуємо розглянути й систематизувати ті, які здійснили найбільший вплив на розвиток всесвітньої інформаційної павутини.

Проводячи аналіз мотивів, які змушують людину присвятити значну частину часу перебуванню в глобальній інформаційній мережі, можна проаналізувати найістотніші можливості Інтернету.

Інтернет виділяється з ряду технічних новинок тим, що є метасередовищем. Він є середовищем для комунікації, освіти, реалізації бізнес-технологій, середовищем для існування і роботи ЗМІ, середовищем для зберігання і обробки інформації і т.ін. [56, с. 144].

*Можливість комунікації і спілкування* надають сучасній людині соціальні мережі, форуми, текстові та відео-блоги, сайти знайомств, скайп. Основна мета створення усього перерахованого – здолати перешкоди у вигляді відстані для вільного спілкування.

Skype – найбільш відомий проект підприємців Н. Зеннстрьома і Я. Фрііса – це програма для спілкування людей з усього світу в режимі онлайн. За перші п'ять років існування проекту, в Skype було зареєстровано понад 300 мільйонів користувачів. Зеннстрьом і Фрііс то продавали, то повертали

цей проект назад. У 2005 році власником Skype стала відома компанія eBay, яка викупила акції за 2,1 млрд. доларів. Потім, через 4 роки, одна інвестиційна компанія, де працювали обидва підприємці, викупила Skype назад. Але вже в травні 2011 року проект був проданий компанії Microsoft за 8,5 млрд. доларів.

З появою Skype міжнародні телефонні дзвінки відійшли в минуле, адже навіть якщо дзвонити на стаціонарний телефон, через цю програму такий дзвінок обійдеться дешевше. Завдяки мобільним додаткам для телефонів, дзвінки через Skype можна здійснювати звідки завгодно. Ця програма дійсно змінила Інтернет і вивела онлайн-спілкування на новий рівень [40].

Прикладами успішних сайтів для розміщення блогів є blogger.com, Tumblr, WordPress. Що стосується сайту WordPress, то цю блог-платформу можна по праву назвати кращою завдяки її зручності і простоті установки плагінів, які роблять зовнішній вигляд кожного блогу унікальним. Саме тому не дивно, що більшість людей використовують для ведення свого блогу WordPress. WordPress надав безліч можливостей і функцій, настільки простих у використанні, що ними зможе користуватись кожен. WordPress використовує 14,7% Інтернет-сайтів, які входять в мільйон найпопулярніших, а також більше 22% сайтів, які нещодавно з'явилися. На сьогодні в світі налічується більше 61 мільйона сайтів, які використовують WordPress в якості системи управління контентом. Завдяки цьому проекту, ми більше, ніж просто читачі. Тепер у всіх є можливість стати активним учасником безмежних просторів мережі Інтернет. Механізм спільноти користувачів дає змогу вести спілкування в зручному для кожного режимі і з тією інтенсивністю, яка йому потрібна (або яку він може собі дозволити).

*Соціальні мережі дають можливість соціалізації та підтримування соціальних зв'язків, що урвалися в реальному житті, розширювати можливості цікавих знайомств. Люди за допомогою мереж будують дружні відносини, не відчуваючи при цьому ніяких меж і перешкод. Наприклад, у блогерів є традиція підтримувати зв'язок з іншими блогерами, яких вони знають. Зростаючий темп суспільного життя, незадоволення якимись подіями*

або обставинами обумовлює бажання виплеснути свої емоції, викласти наболіле, поділитися проблемами. У даному випадку йдеться про зростаючу соціалізацію сучасних людей, що отримали у своє розпорядження можливості для широкого спілкування в мережі.

Треба відзначити, що основними соціокультурними компонентами віртуального спілкування є своєрідні норми (поведінкові, мовні та ін.), моральні цінності, що визначають і регламентують поведінку користувачів, які входять в Інтернет-спільноти. При цьому блогівий рух в процесі свого формування створює свої норми, правила, заборони і цінності для учасників своєї Інтернет-спільноти. Ці правила, норми, заборони та цінності мають як морально-етичний характер, так і ритуальний. З'являється нове поняття мережевого етикету – сетикет або мережева етика (англомовні синоніми – cyberethics, webethics, netethics).

Існують різні класифікації Інтернет-комунікації. Достатньо повний опис особливостей віртуальної комунікації пропонує Сулер [79, с. 40]:

1. Обмеження сенсорного досвіду. При спілкуванні в Інтернеті основна інформація про співрозмовника надходить у вигляді текстових повідомлень. У кіберпросторі людина рідко може спостерігати вираз обличчя свого співрозмовника, руху його тіла, вона не чує голос співрозмовника, його інтонації, тобто візуальна і слухова складові комунікації в ньому обмежені. Звичайно, існує можливість супроводжувати текст фотографіями або спілкуватися по відео-камері, але все ж найбільша кількість інформації надходить саме в текстовій формі. Як наслідок, в кіберпросторі втрачають своє значення невербальні засоби спілкування. Хоча якась подоба невербальної мови в Інтернеті все-таки є: можна висловлювати свої почуття за допомогою «смайликів». Незважаючи на можливість висловлювати емоції, фізична відсутність учасників комунікації в спілкуванні дозволяє не тільки висловлювати почуття, а й успішно їх приховувати або демонструвати ті почуття, які людина не відчуває в даний момент. У реальності такі виверти успішно реалізуються лише артистичними натурами, а в Інтернеті це доступно будь-якому користувачеві.

2. Невизначеність ідентичності користувачів. Оскільки взаємодія обличчям до обличчя у віртуальній комунікації обмежена і представлення себе партнерам по взаємодії відбувається переважно в текстовій формі, користувач Інтернету отримує практично необмежені можливості за поданням себе і управління враженням про себе. Людина сама вибирає, ким вона хоче бути, приймаючи різні образи або залишаючись повністю анонімною. У віртуальному просторі можна вибрати собі будь-яке ім'я, а в більшості багатокористувацьких середовищ – аватар (втілення, графічний образ, призначений для позначення учасника віртуальної спільноти). Як пише П. Келлі: «У віртуальному середовищі ви взагалі можете бути, ким хочете, виглядати як завгодно, бути істотою будь-якої статі за вибором, словом, у вас немає обмежень, характерних для реального світу» [70, с. 115].

3. Анонімність користувача. Описана вище особливість конструювання віртуальної особистості, часто не за образом і подобою реальної, стає можливою за рахунок анонімності користувачів. Але ця особливість має різнобічний ефект. По-перше, анонімність може бути використана з метою образи інших людей або для вираження негативних емоцій. З іншого боку, вона дозволяє бути чесними і відкритими під час обговорення проблеми, яку не можна обговорювати в комунікації лицем до лиця. Однак Сулер зауважив, що повна анонімність неможлива навіть у віртуальному просторі. В даний час, з розвитком таких форм самопрезентації в мережі, як віртуальні щоденники і домашні сторінки, в яких, крім текстової інформації про користувача, міститься і деяка візуальна інформація (наприклад, у вигляді фотографій і відеофрагментів), параметр анонімності виступає скоріше не для того, щоб приховати якомога більше інформації про себе, а для того, щоб надати найбільш повну інформацію, в тому числі і про свої погляди і переконання. Крім того, ніхто і не хоче бути повністю анонімним, і в результаті повністю непоміченим, тому анонімність не варто розуміти як тотальну.

4. Зрівнювання користувачів в статусі. У більшості випадків в Інтернеті будь-який користувач має рівні можливості для висловлення своєї точки



зору, висловлювання своїх думок і почуттів. Хоча той соціальний статус, який має людина в реальному світі, в кінцевому рахунку, буде мати вплив на життя в кіберпросторі, спочатку всім користувачам надаються рівні можливості.

5. Розтягнення просторових меж. Географічна відстань між учасниками віртуальної комунікації не має значення. Це стає важливим для тих користувачів, місце проживання яких відрізняється від місця проживання актуальних співрозмовників. Особливо цей фактор значущий для людей, що мають оригінальні, нестандартні інтереси, в цьому випадку кіберпростір дозволяє знайти однодумців, об'єднатися в групи за інтересами, де б ці однодумці не знаходилися.

6. Розтягнення часових меж. Кіберпростір створює можливість «розтягування» часу діалогу. У порівнянні з взаємодіями лицем до лица, учасники віртуальної комунікації мають більше часу для надання відповіді. Крім того, згадана вище можливість фіксації інформації дозволяє «заново пережити діалог» і більш детально продумати відповідь.

7. Соціальна різноманітність. У кіберпросторі людина може зв'язатися з людьми практично всіх верств суспільства, в тому числі і з тими, з ким не має можливості спілкуватися в фізичному світі, а також Інтернет надає можливість спілкуватися з сотнями, тисячами людей, що зазвичай перевищує розміри аудиторії партнерів по взаємодії в реальному житті [28, с. 420-421].

Підсумок усіх вищезазначених властивостей віртуального середовища – це відсутність тих бар'єрів спілкування, які існують в реальному фізичному середовищі. Homo Interneticus (віртуальна особистість) користується набагато більшим ступенем свободи, ніж мешканці фізичного світу. Так, вона може спілкуватися з людьми, що знаходяться за тисячі кілометрів, і в будь-який момент за власним бажанням змінити співрозмовника або вийти з контакту, вона може змінювати свій вигляд, стаючи навіть істотою протилежної статі, на свій розсуд вона вибирає ім'я і характер свого віртуального персонажа. Інтернет користувач миттєво переноситься з однієї точки світу в іншу, а може, взагалі, бути присутнім відразу в двох місцях

одночасно. І все це за кілька секунд і за допомогою натискання на пару кнопок [48].

Виходячи з вищенаведеного, постає питання про заміну або витіснення, в тій чи іншій мірі, Інтернет-комунікацією спілкування в реальному соціумі. Тут має місце наступний парадокс. З одного боку, Інтернет-технології сприяють розвитку відчуженості між людьми в реальному світі, оскільки все частіше люди спілкуються за допомогою будь-яких технічних пристроїв (телефонний дзвінок, смс, Інтернет-чати, форуми, соціальні мережі і т. ін.). Однак, з іншого боку, Інтернет-технології є способом розширення кола знайомств, встановлення нових контактів і широко використовуються людьми саме для спілкування.

*Можливість навчання, освіти та самоосвіти* надають сучасній людині література, самовчителі, навчальні відео-курси і багато іншого, що може стати в нагоді тим, хто хоче підкорити певну галузь знань. Організації ефективного процесу освіти і самоосвіти в значній мірі сприяють сучасні інформаційні засоби, такі як Всесвітня мережа Інтернет, яка об'єднала в собі безліч світових інформаційних ресурсів.

Неможливо навіть приблизно підрахувати, скільки разів в день ми користуємось пошуковою системою Google, яку створили Л. Пейдж і С. Брін. Поза безпосередньо пошуковою функцією, Google дозволяє стежити за просуванням і відвідуваністю свого сайту. Також можна легко шукати свої фотографії, розміщені в Інтернеті, або телефони чиновників. У Google є навіть своя соціальна мережа. Наразі Google дійсно є королем мережі Інтернет, а творці компанії залишаються найбільш успішними Інтернет-підприємцями. Вони почали працювати разом завдяки своєму викладачеві в Стенфорді, де вони і почали роботу над Google. Сайт був запущений у 1997 році як розділ офіційного сайту Стенфордського університету, доступний за адресою [google.stanford.edu](http://google.stanford.edu). Але це, так би мовити, вже історія.

Першу призначену для користувача Інтернет-енциклопедію (Вікіпедію) заснував підприємець на ім'я Д. Вейлз у 2001 році. Люди або люблять, або ненавидять Вікіпедію, тому що вона може надати як найнеобхіднішу, так і

саму безглузду інформацію. На даний момент Вікіпедія включає понад 20 мільйонів статей і допомагає сотням тисяч студентів «знайти натхнення» для своїх есе і доповідей. Якщо ми хочемо прочитати про щось у Вікіпедії, то зазвичай вводимо запит у пошуковий рядок Google по тій простій причині, що посилання на статтю у Вікіпедії завжди серед перших трьох результатів. На сьогоднішній день проект має близько 90 тисяч активних учасників; статті на сайті представлені на 282 мовах, і в цілому Вікіпедія є найбільшою енциклопедією на просторах Інтернету. Наразі сайт займає 6 місце по оцінці 365 мільйонів читачів по всьому світу в рейтингу, опублікованому на Alexa. Д. Вейлз серйозно змінив спосіб дізнатися щось нове про навколишній світ через Інтернет, адже навіть якщо трапляються не зовсім коректні або повні статті, на Вікіпедії завжди представлені посилання, за якими можна знайти необхідну нам інформацію в повному обсязі.

Самостійність в умінні знаходити необхідну інформацію з проблеми, яка цікавить, і шляхів вирішення цієї проблеми є необхідною умовою діяльності сучасної людини. Оволодіння новітніми інформаційними технологіями розширює як поле для самостійної роботи людої людини, так і коло спілкування з фахівцями в галузі їх професійних інтересів. Демократичність і, по суті, нескінченність середовища Інтернет-спільноти сприяє розвитку самостійності у вивченні будь-яких питань [53, с. 150].

Освітній процес при цьому проходить з використанням таких новітніх технологій, як комп'ютерні та відео конференції, різні засоби отримання навчального матеріалу, який цікавить, через web-сторінки, електронну пошту, дискусії учасників через web-форуми, а також за допомогою електронної торгівлі, замовивши літературу в Інтернет-магазинах.

В освітній діяльності всесвітня інформаційна мережа сприяє встановленню атмосфери постійної самоосвіти людини, яка отримує знання, набуті людством раніше, і знання, що здобуваються сучасною наукою, безпосередньо через спілкування з різними людьми різних країн. Це середовище сприяє розвитку творчо активної особистості того, хто навчається, він ставиться в положення дієвого суб'єкта пізнання і

спілкування. Так за допомогою придбання знань в процесі самоосвіти кожен набуває звичку вчитися.

Інтернет як нове і сучасне джерело інформації, природно, конкурує з традиційною паперовою книгою. Однак взаємодія Інтернету з книгою не можна спрощувати і зображати як примітивне суперництво. Інформаційні можливості Інтернету дозволяють навчатись, швидко отримати інформацію про книжкові новинки, знайти потрібну книгу в Інтернет-магазинах, придбати її з доставкою. В цьому відношенні Інтернет співпрацює з книгою, допомагає її рекламі, поширенню та зручному її придбанню. Але є й інша сторона медалі: Інтернет конкурує з книгою з огляду на появу в мережі величезної кількості електронних документів, що містять тексти книг [24].

Більшість людей хочуть заробляти гроші, не виходячи з дому. Саме завдяки мережі такою можливістю може володіти абсолютно кожна людина. *Бізнес в мережі Інтернет* – це сукупність всіх видів ведення комерційної діяльності та ділової активності в рамках електронної мережі зі своєю певною специфікою і можливостями з метою задоволення потреб користувачів мережі і отримання різних благ в обмін [5].

Варіантів заробітку в Інтернеті існує багато, все залежить від бажання, працездатності і освіти. Можна умовно виділити такі найбільш популярні види бізнесу в мережі, як:

- 1) Інтернет-магазини – це інтерактивні сайти мережі, що пропонують відвідувачам можливості з придбання тих чи інших товарів або послуг [24];
- 2) розробка та розкрутка сайтів – напрямок бізнесу в Інтернеті, побудований за принципом «бізнес на бізнесі». Завданням даного процесу є створення електронного масиву даних, в кінцевому підсумку виведеного в web-інтерфейс, для окремо взятої організації або фізичної особи для здійснення ним надання інформації про себе, своєї організації широкому колу користувачів електронних мереж;
- 3) партнерська програма – форма ділової співпраці між продавцем і партнерами, при продажу будь-якого товару або надання послуг.

Дозволяє продавцю скоротити витрати на залучення кінцевого покупця [37];

- 4) продаж продуктів авторського права – вид бізнесу в Інтернеті, заснований на принципі Інтернет-магазину. Головна відмінність полягає в тому, що продукти не доводиться рекламувати або придумувати стимули продажів, тому що покупці шукають їх самі;
- 5) PTC (Paid To Click) і PTW (Paid To Work) сайти – види online-заробітку, засновані на трафіку користувачів. PTC-сайти є посередником між рекламодавцем і споживачем, так як рекламодавець оплачує показ реклами на PTC-сайті, а частина цієї суми йде користувачеві Інтернету, який подивився цю рекламу [74]. У випадку з PTW-сайтами оплата не йде безпосередньо, але власник сайту отримує у великій кількості необхідну йому інформацію, яка часто продається за значно більшу суму, ніж витрачено на її пошук;
- 6) Інтернет-реклама – реклама, що розміщується в мережі Інтернет; представлення товарів, послуг або підприємства в мережі Інтернет, адресований масовому клієнту і має характер переконання [25];
- 7) «чорний заробіток» – вид бізнесу, так як це сукупність різних видів занять в Мережі, що мають під собою матеріальну підоснову, тобто прагнення отримати вигоду за всяку ціну.

*Можливість Інтернет-шопінгу*, завдяки чому вдалось повністю змінити наш звичний погляд на покупки. Піонер в цій області, проект Amazon з'явився в 1995 році, коли більшість сучасних Інтернет-користувачів ще були з комп'ютером на «ви». Магазин почав свою роботу в якості книгарні і вже в перші роки свого існування зміг скласти гідну конкуренцію такій популярній свого часу книжковій мережі як Barnes & Noble. Через якийсь час компанія Amazon вирішила розширити охоплення своєї діяльності і знайти нових клієнтів за кордоном, що їй прекрасно вдалося. Торгові центри та дорогі бутики особливо сильно відчули цей факт, адже безліч людей вважають, що немає кращого роздрібного продавця, ніж Amazon, де можна знайти все, що душі завгодно за привабливою ціною. Багато

споживачів перший час ставилися до онлайн-шопінгу досить скептично, однак такі приємні бонуси, як безкоштовна доставка, величезний вибір і привабливі ціни стали вирішальними факторами, які і зумовили популярність цього Інтернет-магазину. На сьогоднішній день компанія Amazon є найбільшим магазином роздрібної торгівлі в мережі і брендом, про який чув практично кожен. Говорячи ж про її засновника, Д. Безос, варто зауважити, що грошовий стан цього успішного підприємця вже сьогодні оцінюється в суму більш ніж 19 млрд. доларів [57].

*Можливість дозвіллево-розважальної діяльності* реалізовується завдяки іграм, книгам, музиці, кліпам, фільмам, корисним програмам і т. ін., які можна завантажувати в Інтернеті (найчастіше, безкоштовно). Всякого роду розваг в Інтернеті більш, ніж достатньо. Існують навіть спеціальні розважальні портали, на яких можна відшукати смішні фото- і відеоприколи, різноманітні анекдоти, історії з життя та інші задоволення на будь-який смак. А якщо з якоїсь причини завантажувати їх не хочеться, можна все, що цікавить, відшукати і подивитися /вивчити / пограти в режимі онлайн. До задоволення великої кількості людей, в мережі можна відшукати всілякі текстові матеріали для подальшого прочитання – будь це веселі або життєрадісні віршики до свят і всякого роду знаменним подіям, або серйозні літературні твори, що вимагають особливого підходу.

Багато користувачів розглядають ведення своїх сторінок, читання чужих тем і дискусії в коментарях як розважальний процес, особливо якщо вони з деяких причин обмежені в інших засобах розваги, крім Інтернету, і мають досить багато вільного часу. Наприклад, молоді матері і домогосподарки становлять помітну частину співтовариства блогів і професійно-тематичних форумів: їм завжди є про що написати на сторінці свого блогу, у них багато питань, які вони із захопленням обговорюють, і порад, якими вони діляться на форумі.

Для того, щоб переглянути відео онлайн, сьогодні вам знадобиться не більше декількох секунд для його пошуку і завантаження, при цьому більшість користувачів користуються популярним сайтом YouTube.

Засновниками сайту стали два колишні співробітники PayPal: Ч. Херлі і С. Чен, які запустили цей проект у 2005 році. Проте, вже в листопаді 2006 YouTube був проданий за 1,65 млрд. доларів, що не так вже й погано для проекту, який працює менше двох років. YouTube дозволяє користувачам завантажувати необмежену кількість відео на будь-яку тематику. За останній час YouTube явно втратив кілька очок через нав'язливу рекламу, але, тим не менш, залишився лідером ринку і бібліотекою відеофайлів номер один.

Сьогодні Майк (Blizzard) володіє статком у 2 мільярди доларів просто тому, що йому вдалося зробити революцію в свідомості геймерів завдяки одній з найпопулярніших в світі ігор – World of Warcraft. Понад 10 мільйонів людей по всьому світу грають в WoW онлайн, при цьому кожен користувач повинен платити щомісячну абонентську плату. Буде невірним стверджувати, що цей проект змінив Інтернет, тому що заробив так багато грошей, але необхідно зауважити, що саме цей проект створив настільки популярну гру, що 10 мільйонів людей, які бажають платити за це і витратити свій час на онлайн-гру [39, с. 209].

Безумовно, в Інтернеті доступні й інші ігри, наприклад Runescape, Lineage або що-небудь простіше типу Miniclip, але жодна з цих ігор не стала такою ж популярною, як World of Warcraft.

Слід зазначити, що на сьогодні вже розвинулась ціла індустрія виробництва розважальної інформації, ігор, сформувався і розвивається широкий ринок реалізації таких продуктів. Формуються мережеві співтовариства на базі ігрових інтересів. З'являються факти використання ігрових продуктів у політичних проектах тощо.

*Можливість самопрезентації та самовираження* можна пов'язати з відомою «пірамідою Маслоу», згідно з якою саме самовираження є вищою потребою людини, випереджаючи навіть визнання й спілкування. Мережеві ресурси стали затишним особистим простором, де кожен може знайти технічну й соціальну бази для створення свого віртуального «Я». При цьому кожен користувач отримує можливість не тільки спілкуватися і творити, а й

ділитися плодами своєї творчості з багатомільйонною аудиторією того чи іншого соціального ресурсу.

В Інтернет-щоденнику учасник може записувати свої думки не тільки в реальному часі, а й встановити довільну дату. Користувач може висловитися на будь-яку тему, що його цікавить. Основними читачами користувача, що веде щоденник, будуть друзі або ті, хто додав його до стрічки своїх подій. Однак для простого користувача і відомої особистості це охоплення не є рівнозначним. Простому користувачеві (невідомому авторові) важко привернути увагу до своєї персони і до своїх записів. У результаті певний відсоток користувачів швидко втрачає до тієї чи іншої теми в мережі інтерес, припиняє ведення щоденника або «заморожує» його зовсім. Однак крім загальнодоступних блогів існує клас нішевих блогів і професійних форумів, що об'єднують людей за інтересами і призначених для публікації та обговорення творів автора (прози, віршів, фотографій, малюнків тощо).

Соціальні мережі, крім стандартних функцій, можуть усвідомлюватися і як такі, що виконують функцію зберігання, місця для записів особистого характеру, які можуть стати в нагоді в майбутньому, стати відмінним способом упорядкування особистісної інформації, що має значення для розвитку конкретної особи, її самовдосконалення. Публічність персональної бази змушує користувачів навчатися серйозно ставитись до її наповнення, а також змушує грамотно структурувати свої думки, відношення до нових інформаційних масивів, допомагає їм краще зрозуміти пережиті події. Соціальні ресурси надають можливість учасникам створити образ іншого «Я», до якого прагне автор. Фактичне створення свого віртуального «Я», підміна першотвору репродукцією за допомогою того чи іншого засобу – наслідок соціальних запитів суспільства. Такі бази індивідуальної інформації в процесі розвитку сучасного суспільства матимуть зростаюче значення.

Варто все ж зауважити, що на сьогодні ми маємо в соціальних мережах недосконалі можливості для самовираження учасників. Ця ситуація є, фактично, стартовою. З розвитком інформаційного суспільства можливості в мережах для самовиявлення зростатимуть. Більше того, суспільна потреба



для мобілізації творчого потенціалу членів суспільства задля його інтересу буде зростати, створюючи спеціальні умови для стимулювання процесу самовиявлення творчих особистостей.

У сучасному суспільстві мережу можна створити на основі будь-якого інструменту соціальної дії, здатного мати форму повідомлення та інформаційного потоку. Інтереси відтепер легко артикуються за допомогою інформаційних каналів. Ідеологія, релігія, творчість, освіта і т. ін., змушені змінювати формати поширення, переходячи від статичних книжкових форм комунікації до мобільних інформаційно-комунікаційних форм.

Під час свого розвитку соціальні мережі збагачуються новими можливостями для задоволення запитів користувачів. Соціальні мережі зі зростаючою кількістю додатків до них стали сприятливим фактором для забезпечення відвідуваності сайтів, зворотного зв'язку з користувачем і, таким чином, важливою формою генерації нової суспільно значущої інформації. На цій основі сьогодні розвивається значна кількість вебсервісів. Постійно зростаюча популярність соціальних мереж обумовила підвищену увагу дослідників до їх сутності й суспільного значення, оскільки лише усталені поняття про суспільне явище дають можливість перейти від фіксації особливостей того чи іншого процесу в його стихійному розвитку до керування перспективами цього розвитку. О.Демків зазначає, що «мережа – це група окремих суб'єктів, які мають спільні неформальні норми або цінності, що становить нову форму соціальної організації» [12, с. 164].

На даному етапі розвитку, очевидно, можна розглядати соціальні Інтернет-мережі як технологічні комплекси організації і керування обмінами електронною інформацією між суб'єктами соціальних відносин, призначені для забезпечення горизонтального спілкування зацікавлених у ньому абонентів, об'єднаних спільними інтересами, інформаційними потребами та навиками спілкування. Таке формулювання дає уявлення про мережі як про:

- організовані і керовані інструменти спілкування на основі використання електронних інформаційних технологій (Інтернету);
- мережі соціального спілкування саме одновимірних за характеристиками суб'єктів, тобто, спілкування на горизонтальних рівнях організації;
- інформаційні технологічні комплекси, що об'єднують абонентів зі спільними інтересами і потребами та відповідною технічною підготовкою, що на сьогодні вже розшаровує учасників інформаційних обмінів.

З позиції сьогодення розвиток мереж обіцяє нові якісні трансформації. Спеціалісти прогнозують, що процес розвитку соцмереж трансформується в нові проекти – нішеві, створені під запити окремих груп користувачів та їх специфічні потреби ([www.trainings.ru](http://www.trainings.ru)). У соціальні мережі вбудовуються технології комунікації, наприклад, у великій соціальній мережі MySpace вже є можливість здійснювати дзвінки по Skype; у ній також зростає кількість додатків [38].

Крім технологізації можна говорити про виникнення мереж нового типу – e-mail мереж, що активно відпрацьовуються нині такими гігантами Інтернету як Google и Yahoo! Соціальні мережі на сьогодні вже стають конкурентами ЗМІ, і, за деякими даними, найбільші західні ЗМІ відпрацьовують технології об'єднання професійних онлайн-видань і соцмереж. Протягом останніх років набуває розвитку також цільове призначення мереж з використанням специфічних маніпулятивних впливів і технологій. Серед великого різноманіття способів інформаційних впливів, які реалізуються в інформаційно-телекомунікаційних системах або через них, можна виділити такий як поширення спеціально підібраної інформації (дезінформації). Цей спосіб впливів здійснюється у формі: розсилки e-mail (електронних листів); організації новинних груп; створення сайтів з елементами інтерактивної взаємодії їх відвідувачів (чати, онлайн-голосування); розміщення інформації на приватних за змістом веб-ресурсах: у блогах, соціальних мережах.

Дослідники зауважують, що соціальні мережі сьогодні створили умови для формування нової світової тенденції побудови взаємовідносин з партнерами, колегами, користувачами. Уже сьогодні згідно з опитуванням, проведеним консалтинговою фірмою Hallvarsson & Hallvarsson (Швеція) серед 700 компаній з 21 європейської країни, 81 % опитаних розвиває корпоративні соціальні мережі, вважаючи їх чудовим інструментом для створення лояльності серед співробітників, маркетингових комунікацій з користувачами, формування іміджу, вивчення динаміки попиту, а також поширення інформації про себе.

### **2.3. Соціологічний вимір дослідження Інтернету та його впливу на духовний світ людини в умовах інформаційного суспільства**

Глобальна інформатизація забезпечує доступ до інформаційних ресурсів, електронних інформаційних технологій і можливостей інфотворення широким масам користувачів. Вище вже йшлося про те, що потенціально це має забезпечувати реалізацію загальносуспільного інтересу, пов'язаного з розкриттям творчого потенціалу членів суспільства.

Однак навіть при ліквідації фактора відстаней в Інтернет-просторі реалізація цього потенціалу пов'язана з дотриманням певних умов:

- набуття виробниками суспільно значущої інформації в обраній тематиці, відповідної до вимог сьогодення;
- створення суспільних механізмів ефективного використання нової інформації в суспільних інтересах та ін.

Оскільки техніко-технологічне забезпечення процесу суспільної інформатизації значно випередило розвиток усіх інших умов впровадження інформатизації, протягом останнього десятиліття ми маємо не достатньо з точки зору суспільних інтересів організоване в правовому аспекті входження в інформаційні процеси значних мас непідготовлених їх учасників.

І якщо у вертикальній циркуляції нових інформаційних ресурсів наявні певні організаційні чинники, що забезпечуються інтересами соціальної

структури суспільства, то в масі горизонтальних інформаційних зв'язків такі чинники проявляються на сьогодні мало відчутно.

Хоча горизонтальні інформаційні обміни в Інтернет-просторі на сьогодні зовні можуть нагадувати розвиток мовного спілкування на зорі людської історії, однак розвиток нового механізму спілкування відбувається у відмінних від початків соціальної історії людей умовах. Якщо говорити в цілому, він спирається на наявний соціальний досвід, багатовікову практику спілкування. І ці соціальні напрацювання, очевидно, стануть корисними, коли проявляться нові, якісно вищі запити на механізми і завдання соціального спілкування інформаційного етапу розвитку людства, які сьогодні ще чітко не постали перед суспільством. Однак реалії сьогодення вимагають використання горизонтальних рівнів спілкування в Інтернет-просторі в інтересах суспільного розвитку.

Сьогодні активізація спілкування з допомогою електронних інформаційних технологій набула в суспільстві такої щільності й інтенсивності, що стало можливим формування технологічно організованих соціальних мереж. Їх епоха, як засвідчують дослідники, розпочалась 1997-го, коли нью-йоркська компанія Sixdegrees.com показала людству небачений раніше сервіс, в основі якого були справжні імена користувачів.

У 2007 р. американські дослідники сформулювали основні риси справжньої соцмережі, що зводяться до того, що користувачі можуть конструювати публічний або напівпублічний профіль, зазначивши список користувачів, з якими хочуть налагодити зв'язок та переглядати й передавати свій список контактів та списки інших користувачів системи.

Онлайнові проекти, що окреслюють схему стосунків між людьми, стали основою реалізації ідеї стосовно того, що всі люди можуть бути поєднані складною системою контактів, яка починається з ваших близьких друзів, тягнеться на наступний рівень – «друзів друзів» – і так аж до шостого рівня».

Прагматичні американські підходи стосовно розвитку соціальних мереж базувалися виключно на задоволенні актуальних соціальних потреб.

Серед цих потреб дедалі більше актуалізувалася потреба керування множиною контактів, що лавиноподібно зростала з розширенням кількості користувачів Інтернету. І тому Інтернет-компанія Рlахo вперше в США на початку нового тисячоліття розробила сервіс керування контактами, що гармонійно ввійшов пізніше до різних мереж.

Цей сервіс набував додаткового значення проявом за термінологією американців своєї «вірусності» – коли один зареєстрований користувач міг привести за собою цілу мережу інших, що за вказаними ознаками в їх сукупності давало можливість з мережі діставати ідентифікаційну інформацію. У перспективі це стало важливим інструментом для самостійного визначення користувачем рівня достовірності пропонованої авторами інформації. Із зростанням обсягів обміну інформацією в мережі, обсягів продюкованої електронної інформації в цілому ця особливість набувала дедалі більшого значення.

Реалізація ще одного важливого суспільного запиту в США була пов'язана зі сферою бізнесу. У 2003 р. була заснована LinkedIn – перша соціальна мережа для ділових людей. Розвиток технологій керування контактами привів до розробки технологій, при яких користувачі могли об'єднуватись в «племена» довкола спільного зацікавлення. Таким чином, компанія Tribe.net представила заявку на патент, у якій характеризується мережа, що оперує базою даних, дає змогу створити особистий аккаунт і запрошує інших реєструватися за допомогою електронних листів. Якщо інша людина приймає запрошення й підтверджує дружбу, сервіс створює двосторонній комунікаційний ланцюг.

Сьогодні ці принципи покладені в основу більшості мереж. На нинішньому етапі свого розвитку вони часто мають кілька базових форм (або топологій): ланцюгові (лінійні) мережі, у яких члени пов'язані між собою в ряд, а комунікації відбуваються через найближчий вузол; зіркоподібні (колісні) мережі, у яких члени пов'язані з центральним вузлом і мають через нього проходити для комунікації одне з одним; загальноканалні (повністю взаємопов'язані чи повноматричні) мережі, у яких кожен член пов'язаний з

усіма іншими і може здійснювати комунікацію безпосередньо з кожним вузлом.

З розвитком технологічних можливостей мереж і їх усвідомлення користувачами дана сфера горизонтальних інформаційних обмінів стала дедалі ширше використовуватись між одновимірними соціальними структурами суспільства: між науковими установами чи фірмами, між керівництвом населених пунктів, чи політичних партій і т. ін. Чимало сервісів Інтернету з набором телекомунікаційних зв'язків автоматично формують і використовують соціальні мережі, створюючи при цьому новий вид автоматизованого сервісу – соціальномережеві послуги (Social Networking Service).

## **Висновки до розділу 2**

У розділі 2 представлені методологічні основи соціологічного аналізу особливостей функціонування і тенденцій розвитку комунікативної сфери інтернету в інформаційному суспільстві. Простежено особливості впливу Інтернету на міжособистісні та міжгрупові стосунки в умовах інформаційного суспільства.

У параграфі 2.1. розглянуто специфіку вивчення феномена Інтернету в соціологічній науці.

Відповідно до загальноцивілізаційних закономірностей будь-яке суспільство протягом історичного періоду свого розвитку проявляє себе як соціальна система, що самореалізується. Упорядкування всіх необхідних відносин у його соціальній сфері є неминучим процесом, реалізація якого відбувається на базі функціонування певної інформаційної системи, що формується під запити суспільства. Бурхливий розвиток глобальних інформаційних процесів ставить Україну перед необхідністю швидкого технологічного переозброєння. Водночас актуалізується потреба постійного вивчення, усвідомлення і продуктивного використання сучасних інформаційних і мережевих технологій. Багатозначність феномену Інтернет-мереж провокує виникнення різнобічних трактувань цього явища з позицій

різних соціологічних підходів, що дає можливість обрати той методологічний інструмент, який є найбільш актуальним для сучасного наукового знання та соціальної практики. Суперечливість дослідницьких позицій у вивченні соціальних Інтернет-мереж зумовлюють необхідність визначення чітких критеріїв, за якими аналізоване явище розглядається в конкретних контекстуальних рамках. Питання конкретизації методологічної бази дослідження закономірно породжує потребу визначення аксіоматичної основи того чи іншого підходу. Побудова такого ядра складає важливе завдання соціологічної науки стосовно вивчення актуальних питань функціонування соціальних Інтернет-мереж у сучасному науковому дискурсі. Тому в ході нашого дослідження, розглянувши та проаналізувавши різноманітні теоретичні підходи в межах двох головних соціологічних парадигм, ми визначили їх аксіологічні ядра. 1. Для структурного функціоналізму характерним є вивчення феномену соціальних Інтернет-мереж з точки зору їх розуміння як цілісної системи, що має свою структуру, кожна складова якої виконує притаманні їм соціальні функції. 2. В межах конфліктологічної соціології соціальні Інтернет-мережі розглядають як віртуальний простір з конфліктними характеристиками, дослідження яких скеровує на пошуки шляхів розв'язання конфліктних ситуацій та досягнення консенсусу. 3. В межах символічного інтеракціонізму соціальні мережі в Інтернеті можна розглядати як поведінкову взаємодію, що здійснюється за допомогою символів. 4. Феноменологічна соціологія може розглядати соціальні Інтернет-мережі як духовну взаємодію у пошуках спільного сенсу.

У параграфі 2.2. здійснено соціологічний аналіз специфіки функціонування Інтернету в комунікативному полі суспільства. Відзначено, що з появою Інтернету для людства відкрився цілий спектр нових можливостей. Можливість комунікації і спілкування надають сучасній людині соціальні мережі, форуми, текстові та відео-блоги, сайти знайомств, скайп, основна мета яких – здолати перешкоди у вигляді відстані для вільного спілкування. Соціальні мережі дають можливість соціалізації та підтримування соціальних зв'язків. Homo Interneticus (віртуальна особистість) користується набагато

більшим ступенем свободи, ніж мешканці фізичного світу, може спілкуватися з людьми, що знаходяться за тисячі кілометрів, і в будь-який момент за власним бажанням змінити співрозмовника або вийти з контакту. Тому постає питання про заміну або витіснення, в тій чи іншій мірі, Інтернет-комунікацією спілкування в реальному соціумі. Всесвітня мережа Інтернет, яка об'єднала в собі безліч світових інформаційних ресурсів, надає сучасній людині можливість навчання, освіти та самоосвіти. Найбільш популярними видами бізнесу в мережі є інтернет-магазини, розробка та розкрутка сайтів, партнерські програми тощо. Можливість дозвіллево-розважальної діяльності реалізовується завдяки іграм, книгам, музиці, кліпам, фільмам, корисним програмам і т. ін., які можна завантажувати в Інтернеті. Отже, на даному етапі розвитку, очевидно, можна розглядати соціальні Інтернет-мережі як технологічні комплекси організації і керування обмінами електронною інформацією між суб'єктами соціальних відносин, призначені для забезпечення горизонтального спілкування зацікавлених у ньому абонентів, об'єднаних спільними інтересами, інформаційними потребами та навиками спілкування.

Роль соціальних Інтернет-мереж може проявлятися у наступних аспектах:

- соціальні Інтернет-мережі вибудовують горизонтальні зв'язки у суспільстві, налагоджують зв'язки між соціальними групами;
- соціальні Інтернет-мережі сприяють налагодженню зворотного зв'язку і відтак більш оперативному реагуванню управлінської сфери на запити громадян;
- за допомогою соціальних Інтернет-мереж може здійснюватися представництво інтересів не тільки соціальних груп, а й цілих соціальних верств населення – роботодавців, найманих працівників, споживачів тощо перед органами влади та місцевого самоврядування
- у соціальних Інтернет-мережах забезпечується необхідна на сьогодні швидкість обміну інформацією;



- соціальні Інтернет-мережі створюють умови для прозоріших економічних, політичних та соціокультурних процесів.

Отже, соціальні Інтернет-мережі сьогодні перетворюються із супутніх чинників суспільного розвитку на важливу соціальну складову і один із соціальних інститутів. Для того, щоб соціальні мережі зайняли своє місце в науково-технічній та громадській сфері вони проходять шлях від початкового стану розвитку до становлення як важливого й потрібного інструменту соціальної комунікації постіндустріального інформаційного суспільства. Прогнозований шлях їх розвитку відповідає загальноцивілізаційній тенденції – розвитку мереж спілкування відповідно до суспільних потреб, удосконалення особистісних і ділових контактів, удосконалення суспільно необхідної системи мереж, у тому числі пов'язаних з підтримкою соціально-орієнтованих проектів.

У цілому можна зауважити на характерну особливість сучасності: онлайнві соцмережі, удосконалюючи горизонтальні зв'язки, дедалі більш відчутно впливають на систему вертикальних інформаційних зв'язків, що є характерною ознакою розвитку громадянського суспільства. Вони вдосконалюють зв'язки між соціальними групами і в середині цих груп – між їх членами, породжують можливості активного громадського впливу за порушення у сфері бізнесу й політики, знижують рівень невизначеності в бізнесі і політиці, підвищують якість інформаційного обслуговування та інтенсивність інформаційних обмінів. За допомогою горизонтальних соцмереж ефективніше представляються інтереси не тільки соціальних груп, а й цілих соціальних пластів – роботодавців, найманих працівників, споживачів та ін. Створюються умови для прозорості економічних процесів та прийняття управлінських рішень. Підвищується ефективність управління організації і процесами будь-якого рівня за рахунок взаємного контролю всіх учасників суспільного життя.

Таким чином, із проникненням новітніх телекомунікаційних засобів у наше життя постають нові виклики перед суспільством, особою та державою, які вже сьогодні потребують як перегляду сутності зв'язків між собою, так і

активних дій щодо їх налагодження з урахуванням сучасних технологічних засобів.

### РОЗДІЛ 3. МЕТОДИЧНІ ПРИНЦИПИ І ОРГАНІЗАЦІЯ СОЦІОЛОГІЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ ІНТЕРНЕТУ ЯК КОМУНІКАТИВНОГО ФЕНОМЕНА В ІНФОРМАЦІЙНОМУ СУСПІЛЬСТВІ

#### 3.1. Вторинний аналіз та ключові характеристики дослідження спільних рис та відмінностей функціонування комунікативної сфери Інтернету в інформаційному суспільстві в різних регіонах України

**Методологія дослідження.** Дослідження проводилось Інститутом масової інформації українського філіалу міжнародної компанії GfK (GfK-Ukraine) у 2019 р. за підтримки Української Ініціативи з Підвищення Впевненості (UCBI), що фінансується Агенством США з Міжнародного Розвитку (USAID).

Метою соціологічного дослідження було вивчення ключових характеристик використання Інтернету населенням восьми областей Сходу та Півдня України. Це території Донецької та Луганської областей, які є підконтрольними центральній українській владі, а також Дніпропетровська, Запорізька, Одеська, Харківська, Миколаївська та Херсонська області.

Особливості користування соціальними мережами серед респондентів по областях не були раніше предметом системних досліджень в Україні. Тому для опису особливостей в користуванні соціальними мережами мешканцями східних регіонів виникла необхідність в проведенні соціологічного дослідження.

Опитування здійснювалося компанією GfK-Ukraine шляхом онлайн-анкетування у дві хвили.

Дана методика була обрана тому, що вона розкриває в повній мірі особливості та ключові характеристики використання Інтернету населенням східних областей України, а також дає портрет сучасного користувача соціальних мереж, аналіз його професійної й дозвіллевої діяльності та розкриває вплив Інтернет-мереж на його життєдіяльність діяльність загалом. Методика продуктивна ще й тим, що опитувані самі можуть написати та

висловити те, що їх турбує в даний момент, те що їм потрібно, те, чого вони самі хочуть і, таким чином, ми можемо зрозуміти, що для них важливо.

Із 20 січня 2019 року до 20 березня 2019 року було опитано 13 830 респондентів у шести областях Півдня та Сходу України: у Донецькій та Луганській областях (території, які контролюються центральним українським урядом), Дніпропетровській, Запорізькій, Одеській та Харківській областях.

Протягом другої хвили опитування було отримано онлайн-анкет від 15 100 респондентів з 20 вересня по 20 листопада 2019 року у восьми областях Півдня та Сходу. До шести областей, в яких проводилася перша хвиля дослідження, було додано ще дві області – Херсонську та Миколаївську.

Взагалі було отримано 28930 анкет.

Крім того, під час обох хвиль дослідження проводилося опитування методом мобільного САТІ мешканців територій Донецької та Луганської областей, які не контролюються центральним українським урядом.

В кожній із областей вибірка є статистично репрезентативною населенню області за віком, статтю та типом населеного пункту. Отримана вибірка є також репрезентативною населенню кожного із 17 відібраних міст за статтю та віком, згідно із даними Державної служби статистики України станом на 1 січня 2019 року.

**Ключові характеристики дослідження використання Інтернету.** У дослідження розглядались такі питання як: рівень користування Інтернетом серед опитаних мешканців Півдня та Сходу України та існуючі можливості і перепони щодо його використання. Окрема увага приділялась місцям \ способам доступу до мережі Інтернет, розповсюдженості різних типів підключення до Інтернету, а також тому, для чого та яким чином респонденти використовують Інтернет. Спеціальний підрозділ присвячений характеристикам використання соціальних медіа. Наприкінці дослідження зроблено огляд найбільш популярних українських та російських онлайн-ресурсів серед опитаних мешканців восьми областей Півдня та Сходу України.

***Рівень користування Інтернетом.***

Таблиця 1. Розподіл відповідей на запитання **“Як часто Ви користуєтесь Інтернетом?”** (у % до всіх опитаних)

	1 хвиля	2 хвиля	Обидві хвилі
Кожного дня або майже кожного дня	51	48	52
Хоча б раз на тиждень	9	8	10
Хоча в раз на місяць	1	2	1
Рідше одного разу на місяць	1	1	1
Не користуюсь	38	41	37
Не користуюсь, але він мені потрібен	7	8	7
Не користуюсь та він мені не потрібен	31	33	30

Половина опитаних за звітний період заявили, що користуються Інтернетом кожен / або майже кожен день (51%). 9% користувалися ним раз на тиждень. 38% сказали, що взагалі не користуються Інтернетом. Разом з тим, 7% складають своєрідний резерв для подальшого розповсюдження Інтернету – вони Інтернетом не користуються, а але він їм потрібен.

*Динаміка 2-х етапів опитування у шести областях Півдня та Сходу.* За 6 місяців рівень щоденного використання Інтернету збільшився серед тих, хто брав участь в обох хвилях дослідження, - із 48% до 52% на кінець періоду опитування. Частка тих, хто взагалі не користувався Інтернетом, зменшилась із 41% до 37%. Найбільш стрімке зростання відбулося у Донецькій (із 45% до 58%) та Харківській областях (із 52% до 59%).

*Регіональний та соціально-демографічний профіль користувачів Інтернету.* Найвищий рівень користування Інтернетом виявлений у Донецькій (58%) та Харківській областях (59%), згідно з результатами опитування на середину листопада 2019 р. Найнижчий – у Луганській (44%) та Дніпропетровській областях (46%). Серед міст найвищий рівень користування притаманний опитаним мешканцям Харкова (66%), Миколаєва, Подольська \ Котовська (по 65%), Херсона, Маріуполя (62-63%) та Старобельська (61%). Найнижчий рівень був зафіксований серед опитаних мешканців Кривого Рогу (38%) та Бахмута (49%).

Рівень використання Інтернету залежить від низки соціально-демографічних факторів. Він зростає із розміром населеного пункту. Так, серед мешканців села і населених пунктів розміром менше 50 тис. населення лише 40% та 48%, відповідно, користуються Інтернетом щодня або майже щодня. У містах із населенням вище 50 тис. він складає 57%. Рівень використання Інтернету помітно зменшується із віком респондентів. Так, серед респондентів віком 18-24 років 87% користуються Інтернетом щодня, 25-34 років – 80%, 35-44 років – 67%, 45-54 років – 47%, а серед старших вікових груп 30% (55-64 років) та 12% (більше 65 років). Чоловіки частіше користуються Інтернетом, ніж жінки (55% проти 48%, відповідно). Респонденти із вищою освітою помітно частіше користуються Інтернетом (72%), ніж респонденти із професійно-технічною або із закінченою середньою освітою (по 40%). Рівень використання Інтернету серед респондентів, які розмовляють дома лише російською, є вищим (56%), ніж серед респондентів, які розмовляють дома російською та українською (46%) або лише українською (36% використовували Інтернет щодня або майже щодня).

### *Перепони щодо користування Інтернетом*

Таблиця 2. Розподіл відповідей на запитання «*Що Вам заважає користуватися Інтернетом?*» (у % до тих, хто не користується).

	1 хвиля	2 хвиля	Обидві хвилі
В мене немає доступу до комп'ютера \ іншого пристрою для використання Інтернету	18	21	18
Я не можу платити за Інтернет	9	6	9
Там, де я живу, немає Інтернету	1	2	1
Я не знаю, як отримати доступ до Інтернету	1	2	1
Інше	5	6	5
Важко відповісти	7	9	7

Для тих, хто не користується Інтернетом, перепорою є відсутність доступу до комп'ютера або іншого пристрою для використання Інтернету.

Про це заявив майже кожний п'ятий мешканець, опитаний на початку 1 хвили опитування. Майже для кожного десятого перепоною була нестача коштів для оплати послуг Інтернету. Недоступність послуг Інтернет з'єднання або незнання, як отримати доступ до Інтернету, відігравали незначну роль.

*Динаміка 2-х етапів опитування у шести областях Півдня та Сходу.* За період опитування від першої хвили дослідження до другої, ієрархія перепон щодо користування Інтернетом залишилася незмінною. Дещо зросла актуальність нестачі коштів на оплату Інтернету (з 6% до 9% у 2 хвили опитування), актуальність відсутності комп'ютера дещо впала (з 21% до 18%).

*Відсутність доступу до комп'ютеру \ іншого пристрою* є більш актуальною для: мешканців Херсонської та Запорізької областей (26% та 23%, відповідно), мешканців сіл (24% проти 11% для мешканців міст з населенням понад 500 тис. чоловік), жінок (20% проти 16% для чоловіків), людей старших вікових груп (серед групи віком 45-54 рр. – 18%, серед респондентів віком 55-64 років – 30%, серед респондентів віком понад 65 років – 39%), учнів середньої школи, випускників середньої школи та професійно-технічних училищ (25% проти 8% серед респондентів із вищою освітою), пенсіонерів (37% проти 10% серед працюючих), тих, хто розмовляє дома лише українською мовою (28% проти 15% для тих, хто розмовляє лише російською та 22% для тих, хто розмовляє обома мовами).

*Нестача коштів на оплату послуг Інтернету* є більш актуальною проблемою для: мешканців Херсонської та Дніпропетровської областей (13% та 12%, відповідно), мешканців сіл (15% проти 8% для мешканців невеликих містечок або 7% для мешканців великих міст), людей віком понад 65 років (18% проти 13% для людей віком 55-64 років, 5% для респондентів віком 35-44 років тощо), учнів середніх шкіл, випускників середніх шкіл, професійно-технічних училищ (12%, 14% та 11%, відповідно, проти 4% для респондентів із вищою освітою) пенсіонерів та безробітних (17% та 14% проти 5% для працюючих із повною зайнятістю) тих, хто розмовляє дома лише українською (16% проти 8% та 9% для тих, хто розмовляє лише російською,

та білінгвів, відповідно).

*Відсутність інфраструктури доступу до Інтернету є більш актуальною перепоною для: мешканців Луганської області (6% проти 1% для сусідньої Донецької, наприклад), мешканців сіл (2% проти 1% для інших типів населених пунктів), респондентів віком понад 55 років (2-3% проти 1% для інших вікових груп).*

*Незнання того, яким чином отримати доступ до Інтернет, є більш актуальною перепоною для респондентів віком понад 65 років (2%)*

### *Місця \ способи доступу до Інтернету*

Таблиця 3. Розподіл відповідей на запитання «*Де Ви користуєтеся Інтернетом?*» (у % до користувачів Інтернету).

	1 хвиля	2 хвиля	Обидві хвилі
Дома	57	54	58
На мобільних \ портативних пристроях	14	10	15
На роботі	13	13	14
В публічних місцях, де є бездротовий доступ до Інтернету	6	6	7
Дома у друзів \ знайомих	5	5	6
В Інтернет кафе, комп'ютерному клубі тощо	2	2	2
Там, де навчаюся	2	2	2
В інших місцях	1	1	1

Більше половини користувачів Інтернету використовують точки доступу у себе дома (57%). По 14-13% використовують для цього мобільні \ портативні пристрої або місце роботи, відповідно. Решта місць та способів доступу є набагато менш розповсюдженими.

*Динаміка 2-х етапів опитування у шести областях Півдня та Сходу.* За період опитування від першої хвилі дослідження до другої, помітно збільшилися частки тих, хто користується Інтернетом дома (з 54 до 58%) та за допомогою мобільних \ портативних пристроїв (з 10 до 15%). Решта показників не зазнали суттєвих змін.

*Регіональні та соціально-демографічні характеристики.* Доступ на



роботі є найменш популярним у Херсонській (7,5%), Донецькій (15%) та Миколаївській областях (18%). Доступ до Інтернету за допомогою мобільних пристроїв є найменш популярним у Луганській області (15%), а найбільш популярним – у Харківській (37%). Доступ в публічних місцях з Wi Fi є найменш популярним у Херсонській (1,1%) та Миколаївській областях (1,3%). Інтернет кафе найрідше використовують також опитані мешканці Херсонської області (0,5%). Саме в цій області найрідше використовують для доступу до Інтернету навчальні заклади (0,7%).

### *Розповсюдженість різних типів підключення до Інтернету*

Таблиця 4. Розподіл відповідей на запитання «*Яке підключення до Інтернету є у Вас дома?*» (серед тих, хто користується Інтернетом дома).

	1 хвиля	2 хвиля	Обидві хвилі
Кабельний Інтернет	44	39	46
Підключення по телефонній лінії	4	7	4
ISDN, цифрова мережа з інтеграцією служб (телефонний кабель)	1	4	1
USB-модем	3	4	3
Використовую мобільний телефон як модем	4	3	4
На планшеті \ смартфоні з сім-картою мобільного оператора	9	5	9
Інше	0	1	1
Не знаю	1	1	1

Найбільш популярним типом домашнього підключення до мережі Інтернет є кабельний Інтернет (44%). Майже кожний десятий користується (9%) доступом на планшеті або смартфоні з картою мобільного оператора. Решта типів мають набагато меншу розповсюдженість.

*Динаміка 2-х етапів опитування у шести областях Півдня та Сходу.* За період опитування від першої хвилі дослідження до другої, відбулося розширення частки тих, хто використовує кабельний Інтернет (з 39 до 46%) та планшети \ смартфони (майже вдвічі – з 5 до 9%).

*Регіональні характеристики.* Цікаво, що підключення до Інтернету за допомогою планшету \ смартфона користується найменшою популярністю

серед опитаних мешканців Луганської області (6,5%).

### *Для чого використовується Інтернет?*

Таблиця 5. Розподіл відповідей на запитання «*Для чого Ви зазвичай використовуєте Інтернет \онлайніві ресурси?*» (у % до користувачів Інтернету; декілька варіантів відповіді)

	1 хвиля	2 хвиля	Обидві хвили
Дивлюсь відео – ТВ програми, новини, репортажі, відео кліпи або кінофільми	34	31	36
Спілкуюся по скайпу або іншим каналам зв'язку	32	27	33
Узнаю останні новини	31	32	31
Отримую або відправляю електронну пошту	28	29	29
Вивчаю певні теми	27	22	27
Слухаю аудіо записи – музику, радіо програми або репортажі новин	19	20	20
Граю в ігри	19	17	21
Беру участь в новинних групах \ форуммах \ відвідую сайти оголошень, призначених не для купівлі \ продажу, а для отримання інформації	16	17	17
Читаю блог	11	10	11
Здійснюю фінансові операції	11	6	12
Публікую коментарі \ пишу блог	8	6	8
Слухаю або дивлюся подкасти	6	5	7
Читаю аналітичні програми \ дивлюсь аналітичні програми, ток шоу	5	5	5
Важко сказати	1	0	1

Найбільш поширені причини використання Інтернету наведено в Таблиці. П'ятірка найбільш популярних виглядає наступним чином: дивлюся відео, ТВ програми тощо (34%), спілкування по скайпу (32%), узнаю останні новини (31%), електронна пошта (28%), вивчення певних тем (27%).

*Динаміка 2-х етапів опитування у шести областях Півдня та Сходу.* За період опитування від першої хвили дослідження до другої, найбільш помітні зміни відбулися за такими напрямками використання Інтернету: здійснення фінансових операцій (зростання вдвічі – з 6 до 12%), спілкування по скайпу (з 27 до 33%), вивчення певних тем (з 22 до 27%), дивлюся відео, ТВ тощо (з 31 до 36%), ігри (з 17 до 21%).

*Регіональні характеристики.* За результатами опитування були виявлені низка регіональних особливостей використання Інтернету. Лідерами із використання Інтернету для фінансових операцій є Дніпропетровська (26%) та Харківська області (20%). Найчастіше за інших використовують Skype мешканці Одеської (37%) та Харківської областей (43%). Опитані мешканці Донецької області найчастіше за інших дізнаються з Інтернету новини (39%).

### *Характеристики використання соціальних медіа*

Таблиця 6. Розподіл відповідей на запитання *«На яких сайтах соціальних медіа у Вас є сторінки» та «Коли Ви користувалися соціальними медіа в останній раз?»* (у % до користувачів Інтернету та тих, хто має сторінки в соціальних медіа)

	Мають сторінку			Використовували вчора		
	1 хвиля	2 хвиля	Обидві хвили	1 хвиля	2 хвиля	Обидві хвили
ВКонтакте	38	37	39	70	73	69
Однокласники	32	32	33	57	57	56
Facebook	18	14	19	54	48	54
Instagram	7	4	8	62	54	62
Twitter	4	4	5	40	36	39
LinkedIn	1	1	1	32	32	32
LiveJournal	1	0	1	28	48	24

Найбільш популярними соціальними медіа серед мешканців восьми областей Півдня та Сходу України є: ВКонтакте (38% опитаних мали сторінки, а 70% використовували їх «вчора»), Однокласники (32% мали сторінку, а 57% використовували «вчора»), Facebook (18% мали сторінку, 54% використовували «вчора»), Instagram (лише 7% мали сторінки, проте використовували «вчора» 62%). Решта (Twitter, LinkedIn, LiveJournal) користувалися набагато меншою популярністю.

*Динаміка 2-х етапів опитування у шести областях Півдня та Сходу.* За період опитування від першої хвили дослідження до другої, збільшилися частки опитаних, які мають сторінки в таких соціальних медіа як ВКонтакте

(з 37 до 39%), Facebook (з 13 до 19%) та Instagram (зростання вдвічі – з 4 до 8%). З іншого боку, серед користувачів соціальних медіа за рік зросли частки регулярних користувачів таких соціальних мереж як Facebook (з 48 до 54%), Instagram (з 54 до 62%) і Twitter (з 36 до 39%). Використання ВКонтакте дещо знизилося (з 73 до 69%), тоді як популярність «Живого Журналу» різко впала (з 48 до 24%).

*Регіональні та соціально-демографічні характеристики.* Загалом, найчастіше мають сторінки в будь-яких соціальних медіа опитані мешканці Дніпропетровської (54%), Харківської (52%), Запорізької (52%) та Одеської областей (50%). В решті областей частки користувачів коливаються від 48% у Донецькій області до 42% у Луганській області. «Вконтакте» найчастіше мають сторінки опитані мешканці Дніпропетровської (43%) та Запорізької областей (40%), найрідше – мешканці Луганської (27%). Найбільше прихильників «Однокласников» було виявлено також у Дніпропетровській (38%) та Запорізькій областях (37%), а найменше – у Харківській (24%). У Facebook найчастіше мають сторінки опитані мешканці Дніпропетровської (23%) та Харківської областей (24%), а найрідше – мешканці Херсонської (10%), Луганської (11%), Запорізької та Миколаївської (по 13%) областей. У мережі Instagram найчастіше мають сторінки мешканці Одеської (10%) та Дніпропетровської (9%) областей, а найрідше – мешканці Луганської, Миколаївської (по 2%) та Херсонської областей (3%).

*Соціально-демографічні характеристики тих, хто мають сторінки у ВКонтакте:* частка тих, хто має сторінку ВКонтакте знижується зі зростанням віком респондента. Сторінки мають 80% респондентів у віці 18-24 років, 70% - у віці 25-34 років, 47% - у віці 35-44 років... Сторінки в цій мережі мають 50% респондентів із вищою освітою, 33% тих, хто має закінчену середню освіту, та 24% учнів середньої школи, серед студентів сторінки в цій мережі мають 86%, серед працюючих – 49%, серед пенсіонерів – лише 7%; серед тих, хто розмовляє дома виключно українською, сторінки у ВКонтакте мають 26%, серед виключно російськомовних – 41%, а серед двомовних – 36%. Проте серед тих, хто вважає себе українцями, мають

сторінки в цій мережі 39%, а серед росіян – 32%.

*Соціально-демографічні характеристики тих, хто мають сторінки у Facebook:* частки тих, хто має сторінки, по вікових групах: 18-24 рр. – 35%, 25-34 рр. – 30%, 35- 44 рр. – 23%, 45-54 рр. – 15%... Освітні групи: серед осіб із вищою освітою сторінки в цій мережі мають 30%, серед учнів середньої школи – 8%, а серед тих, хто має закінчену середню освіту, - 12%. Серед студентів мають сторінки в цій мережі 35%, працюючих – 25%, а серед пенсіонерів – 4%. Кожний п'ятий респондент, який спілкується дома виключно російською, має сторінку в мережі Facebook, тоді як серед виключно україномовних – 9%, а серед двомовних 17%.

### *Для чого використовуються соціальні медіа?*

Таблиця 7. Розподіл відповідей на запитання **«Для чого Ви використовуєте соціальні медіа?»** (у % до користувачів соціальних медіа)

	1 хвиля	2 хвиля	Обидві хвили
Відстежую стрічку подій своїх друзів	35	31	36
Ділюся новинами про себе \ мою родину	29	28	29
Ділюся посиланнями на новини та інформацію, яку вважаю цікавою	23	22	24
Ділюся розважальними історіями, відео	18	18	19
Відстежую стрічку новин агентств \ інформаційних ресурсів	9	8	9
Відстежую стрічки подій популярних блогерів \ політиків	7	6	7
Відстежую стрічку подій зірок	5	4	5
Важко сказати	1	1	1
Інше	0	1	1

Найчастіше користувачі соціальних медіа їх використовують для: відстеження стрічки подій друзів (35%), щоб ділитися новинами про себе (29%), щоб ділитися посиланнями на цікаву інформацію та новини (23%), щоб ділитися розважальними історіями, відео (18%).

*Динаміка 2-х етапів опитування у шести областях Півдня та Сходу.* За період опитування від першої хвили дослідження до другої, дещо зросли частки тих, хто відстежує стрічки подій друзів (з 31 до 36%) та тих, хто

ділиться посиланнями на цікаві новини та інформацію (з 22 до 24%).

*Регіональні характеристики.* В цілому, тенденції використання соціальних медіа є більш-менш однаковими по всіх областях. Значна частина (43%) респондентів вважає, що серед інформації друзів в соціальних медіа «трапляється як надійна, так і не надійна» інформація. Близько третини вважає таку інформацію «скоріше надійною».

### ***Характеристики надійності інформації в соціальних медіа***

Таблиця 8. Розподіл відповідей на запитання «***На Вашу думку, якою мірою є надійною інформація, яка публікується друзями на сторінках соціальних медіа?»*** (у % до користувачів соціальних медіа)

	1 хвиля	2 хвиля	Обидві хвили
Дуже надійна	8	10	7
Скоріше надійна, ніж ненадійна	32	31	32
Трапляється і надійна, і ненадійна	43	38	43
Скоріше не надійна, ніж надійна	6	6	5
Абсолютно ненадійна	2	2	2
Важко сказати	11	13	11

*Динаміка 2-х етапів опитування у шести областях Півдня та Сходу.* За період опитування від першої хвили дослідження до другої, зросла частка тих, хто вважає, що серед інформації друзів в соціальних мережах трапляється як надійна, так і не надійна інформація (з 38 до 43%).

*Регіональні характеристики.* Не було виявлено особливостей в оцінці надійності інформації в соціальних медіа між мешканцями різних областей.

**Аналіз та інтерпретація результатів дослідження.** Половина мешканців восьми областей користуються Інтернетом щодня або майже щодня. Найбільше Інтернетом користуються опитані мешканці Донецької та Харківської областей (58-59%), найменше – Луганської та Дніпропетровської (44-46%). Щодня Інтернетом користуються близько двох третин мешканців Харкова, Миколаєва, Херсона та Маріуполя.

Інтернетом частіше користуються мешканці великих міст, ніж сіл, респонденти з вищою освітою, ніж з освітою на рівні ПТУ або коледжу, а

також представники молодших вікових груп.

Серед тих, хто не користується Інтернетом, головною перешкодою є відсутність доступу до комп'ютера або іншого пристрою.

Більше половини користувачів Інтернету використовують точки доступу у себе дома (57%). По 14-13% використовують для цього мобільні \ портативні пристрої або місце роботи, відповідно. За період опитування від першої хвили дослідження до другої (6 місяців) помітно зросла популярність мобільних пристроїв, які є найбільш вживаними у Харківській області (37%).

Інтернет найчастіше використовують, щоб дивитися відео, ТБ програми тощо, спілкуватися по Skype, узнавати новини (34-31%), надсилати електронну пошту та вивчати певні теми (28-27%). Опитані мешканці Донецької області найчастіше за інших дізнаються з Інтернету новини (39%).

За період опитування від першої хвили дослідження до другої (6 місяців) вдвічі зросло використання Інтернету для фінансових операцій (з 6 до 12%).

Найбільш популярними соціальними мережами були «ВКонтакте» (38% опитаних мали сторінки), Однокласники (32%), Facebook (18%) та Instagram (лише 7% мали сторінки, проте використовували «вчора» 62%). За період, що минув, дещо зросла популярність останніх двох мереж та «ВКонтакте».

Найбільша частка користувачів російських ресурсів була виявлена у Херсонській, Харківській, Одеській та Донецькій областях.

#### ГІПОТЕЗИ ВТОРИННОГО АНАЛІЗУ:

1. Існують спільні риси користування Інтернетом в різних регіонах України;
2. Існують відмінності у використанні Інтернету в різних регіонах України;
3. Рівень використання Інтернету залежить від низки соціально-демографічних факторів.

### **3.2. Організація та проведення соціологічного дослідження комунікативної сфери Інтернету в середовищі студентів та викладачів Державного університету телекомунікацій**

#### **Етапи, час і місце проведення дослідження**

Дослідження проводилось з вересня по грудень 2020 року і складалося з трьох етапів: підготовчого, етапу збору даних та етапу аналізу отриманих даних.

Перший етап полягав у аналізі літератури та досліджень, які стосуються глобальної соціально-інформаційної мережі Інтернет та її ролі в сучасному соціумі, а також у виборі стратегії дослідження, виборі досліджуваної групи, розробці інструментарію тощо. Цей етап тривав з вересня до першої половини жовтня 2020 року.

Етап збору даних передбачав опитування студентів та викладачів Державного університету телекомунікацій, за допомогою методу анкетного опитування. Загальна кількість студентів — 1846. Всього було зібрано 30 анкет. Цей етап тривав з другої половини жовтня до листопада 2020 року.

На третьому етапі був здійснений аналіз отриманих даних під час опитування та інтерв'ю. Було підведено підсумки дослідження. Заключний етап тривав з другої половини листопада до першої половини грудня 2020 року.

#### **Методи дослідження**

Треба відзначити, що особливості користування соціальними мережами серед викладачів та студентів ДУТ не були раніше предметом соціологічних досліджень. Тому виникла необхідність у проведенні соціологічного дослідження з приводу особливостей користування соціальними мережами викладачів та студентів ДУТ.

Грунтовний аналіз наукових джерел дозволив виділити проблемне питання дослідження, сформулювати мету, завдання дослідження, а також встановити об'єкт і предмет дослідження, що в свою чергу сприяло вибудовуванню дослідницької стратегії та розробці інструментарію.



Опитування студентів та викладачів ДУТ, які користуються соціальними мережами, відбувалось шляхом анкетування – письмових відповідей на питання, які розкривають особливості користувачів соціальних мереж в Україні.

Дана методика була обрана тому, що вона розкриває в повній мірі портрет сучасного користувача соціальних мереж, аналіз його професійної, соціокультурної й дозвіллево-розважальної діяльності, а також вплив соціальних мереж на його діяльність.

Ця методика продуктивна ще тим, що викладач або студент самі можуть написати й висловити те, що їх турбує на даний момент часу, те що їм потрібно, те, чого вони самі хочуть і, таким чином, ми можемо зрозуміти, що саме для них важливо. І якщо під час інтерв'ю викладач або студент не захоче щось розповісти, то в своїй анкеті він з легкістю може написати те, що його турбує, та що саме для нього значить присутність у соціальних мережах.

Опитування викладачів і студентів, шляхом напівструктурованого інтерв'ю, мало на меті зібрати інформацію щодо відношення їх до соціальних мереж в цілому. Для цього респондентів було поділено на дві групи – студентів та викладачів:

- 1) I група – студенти 1-5 курсів ДУТ;
- 2) II група – викладачі ДУТ;

### **ГІПОТЕЗИ ДОСЛІДЖЕННЯ**

1. Ставлення до соціальних мереж відрізняється в залежності від віку та статі респондентів.
2. Найпопулярнішою мережою є всесвітня мережа Facebook.
3. Студенти проводять більше часу у мережі, ніж викладачі.
4. Користувачі Інтернет-мереж розміщують на своїх сторінках багато інформації.

Даний поділ респондентів дає нам можливість прослідкувати динаміку відношення респондентів до соціальних мереж, їх присутність та активність в різних мережах. Пошук респондентів відбувався методом «снігової кулі». Вибірка формувалась за критерієм доступності. Було проведено 30

анкетувань тривалістю від 10 хвилин до 20 хвилин.

Всього було опитано 30 респондентів. Серед них 10 викладачів різних кафедр ДУТ та 20 студентів Навчально-наукового інституту менеджменту та підприємництва.

### **Інструменти дослідження**

У дослідженні було використано такий інструмент дослідження, як анкетування.

У анкетуванні взяло участь тридцять респондентів. Бланки анкет за змістом та конструкцією питань є напівзакритими, вони містили як закриті, так і відкриті типи запитань (Додаток А). Було обрано саме цей метод збору даних, зважаючи на те, що по-перше, необхідно було опитати певну кількість респондентів з ДУТ, по-друге, анкета є простою при заповненні та не потребує багато часу на відповіді, по-третє, анкета має як критерії для відповідей, так і дає можливість внести інші варіанти у відведені поля. В цілому, заповнення анкети тривало 10-20 хвилин.

### **Характеристики та критерії відбору учасників дослідження**

Планувалося охопити анкетуванням якомога більше студентів та викладачів, що навчаються або працюють в Навчально-науковому інституті менеджменту та адміністрування. Респондентами мали стати викладачі з різних кафедр інституту, а також студенти 1-5 курсів спеціальності «Соціологія». Під час дослідження було зібрано 30 анкет.

В таблиці 1 наведені соціально-професійні характеристики груп респондентів.

Таблиця 3.1

## Соціально-професійні характеристики викладачів та студентів ДУТ

<b>Характеристика</b> <b>Респондент</b>	<b>Діяльність</b>	<b>Вік</b>	<b>Місце роботи/ навчання</b>	<b>Термін роботи/ курс навчання</b>
Респондент 1	студент	18 років	Соціологія	1 курс
Респондент 2	студент	20 років	Соціологія	3 курс
Респондент 3	студент	18 років	Соціологія	2 курс
Респондент 4	студент	22 роки	Соціологія	4 курс
Респондент 5	студент	22 роки	Соціологія	5 курс
Респондент 6	студент	19 років	Соціологія	1 курс
Респондент 7	студент	18 років	Соціологія	2 курс
Респондент 8	студент	20 років	Соціологія	3 курс
Респондент 9	студент	21 рік	Соціологія	4 курс
Респондент 10	студент	18 років	Соціологія	1 курс
Респондент 11	студент	23 роки	Соціологія	5 курс
Респондент 12	студент	19 років	Соціологія	2 курс
Респондент 13	студент	20 років	Соціологія	3 курс
Респондент 14	студент	18 років	Соціологія	1 курс
Респондент 15	студент	18 років	Соціологія	1 курс
Респондент 16	студент	22 роки	Соціологія	4 курс
Респондент 17	студент	22 роки	Соціологія	4 курс
Респондент 18	студент	21 рік	Соціологія	4 курс
Респондент 19	студент	23 роки	Соціологія	4 курс
Респондент 20	студент	22 роки	Соціологія	4 курс
Респондент 21	викладач	34 роки	ДУТ	6 років
Респондент 22	викладач	50 років	ДУТ	8 років
Респондент 23	викладач	55 років	ДУТ	10 років
Респондент 24	викладач	35 років	ДУТ	1 рік
Респондент 25	викладач	40 років	ДУТ	7 років
Респондент 26	викладач	30 років	ДУТ	3 роки
Респондент 27	викладач	45 років	ДУТ	5 років
Респондент 28	викладач	51 рік	ДУТ	4 роки
Респондент 29	викладач	33 роки	ДУТ	1,5 роки
Респондент 30	викладач	44 роки	ДУТ	2,5 роки

### **Процедура проведення дослідження**

Опитування проводилось 23 по 26 березня 2019 року в Державному університеті телекомунікацій. Адміністрація та викладачі даних університетів допомагали під час проведення дослідження, що сприяло продуктивності його результатів.

Анкетуванню викладачів та студентів, які навчаються та працюють в ДУТ, передувало попереднє знайомство, висловлювалася подяка за згоду респондента брати участь у дослідженні, повідомлялася мета та завдання дослідження, запланована тривалість інтерв'ю, конфіденційність інформації, отриманої під час дослідження.

Усі 30 анкет видавалися респондентам, та були заповнені у їх вільний час без певного місця.

Аналіз отриманих даних полягав у систематизації, категоризації, раціоналізації та підведенні підсумків. В результаті дослідження були зроблені висновки щодо ставлення викладачів та студентів до соціальних мереж.

### **Етичні проблеми дослідження**

У ході дослідження для уникнення етичних проблем було поінформовано всіх учасників про мету дослідження, респонденти брали участь в дослідженні свідомо і добровільно, було збережено принцип конфіденційності.

Етичною проблемою анкетування було дворазове нагадування респондентам про важливість та необхідність їх участі в дослідженні.

Ще однією умовою проведення анкетування була конфіденційність отриманих даних. Однак, респонденти, які брали участь у дослідженні, не заперечували проти використання їх імені та прізвища при описі результатів дослідження.

### **Труднощі проведення дослідження**

Великий масштаб дослідження та обмеженість у часі й ресурсах зумовили вибір методу розповсюдження та збору інформації для опитування респондентів. Під час анкетування проблемою виявилось те, що не всі

респонденти розуміли зміст запитань, відмовлялись відповідати на деякі запитання, аргументуючи це своєю невизначеністю в даних питаннях. Опитування було ускладнено у зв'язку з різним досвідом респондентів. Доводилось перефразовувати питання анкети або робити натяк на можливий варіант відповіді. Трудністю дослідження виявилась також недовіра студентів до інтерв'юера. Тому доводилось підключати викладачів університету для того, щоб переконати студентів, що дане дослідження не набуде розголосу та потрібне для написання дипломної роботи.

### **Концептуалізація понять**

*Соціальна мережа* – це веб-сайт або інша служба у мережі Інтернет, яка дозволяє користувачам створювати публічну або напівпублічну анкету, скласти список користувачів, з якими вони мають зв'язок та переглядати власний список зв'язків і списки інших користувачів. Природа та номенклатура зв'язків може різнитись у залежності від системи.

*Інтернет* — це всесвітня система взаємопов'язаних комп'ютерних мереж, що базуються на комплекті Інтернет-протоколів. Інтернет також називають мережею мереж. Інтернет складається з мільйонів локальних і глобальних приватних, публічних, академічних, ділових і урядових мереж, пов'язаних між собою з використанням різноманітних дротових, оптичних і бездротових технологій. Інтернет становить фізичну основу для розміщення величезної кількості інформаційних ресурсів і послуг, таких як взаємопов'язані гіпертекстові документи Всесвітньої павутини (World Wide Web— WWW) та електронна пошта.

*Електронна пошта* – популярний сервіс в Інтернеті, що робить можливим обмін даними будь-якого змісту (текстові документи, аудіо, відеофайли, архіви, програми).

*Facebook* — це найпопулярніша соціальна мережа у світі, що почала працювати 4 лютого 2004 року як мережа для студентів деяких американських університетів. Засновником та головою сервісу є Марк Цукерберг.

*Твіттер* — соціальна мережа, яка є мережею мікроблогів, що дає змогу

користувачам надсилати короткі текстові повідомлення (до 140 символів), використовуючи SMS, служби миттєвих повідомлень і сторонні програми-клієнти.

### **3.3. Аналіз та інтерпретація даних, отриманих в ході соціологічного дослідження**

#### **Соціологічний аналіз можливостей, проблем та особливостей динаміки включення респондентів у соціокультурне середовище Інтернет-мереж**

Як уже зазначалось раніше, Інтернет-мережі ми розглядаємо, як інструмент використання студентами, які навчаються в ДУТ і викладачами, які там працюють. Це змістовно складне та багатопланове питання, яке демонструє готовність такого інструменту, як Інтернет-мережі для професійного та особистого використання.

Після вибору респондентів була складена анкета, яка дає можливість отримати об'єктивні відповіді на питання – й відповідно отримати максимально точні результати дослідження. Зразок анкети наведений у додатку А.

Треба відзначити, що в результаті обробки та аналізу анкет було виявлено, що ставлення до соціальних мереж відрізняється в залежності від віку, статі та роду діяльності респондентів.

На початку анкетування респонденти заповняли дані про вік, стать та вид діяльності. На основі цих даних буде даватись характеристика можливостей Інтернет-мереж в інформаційному просторі сучасного суспільства.

Для початку розглянемо загальне ставлення студентів та викладачів до соціальних мереж (рисунок 3.1).

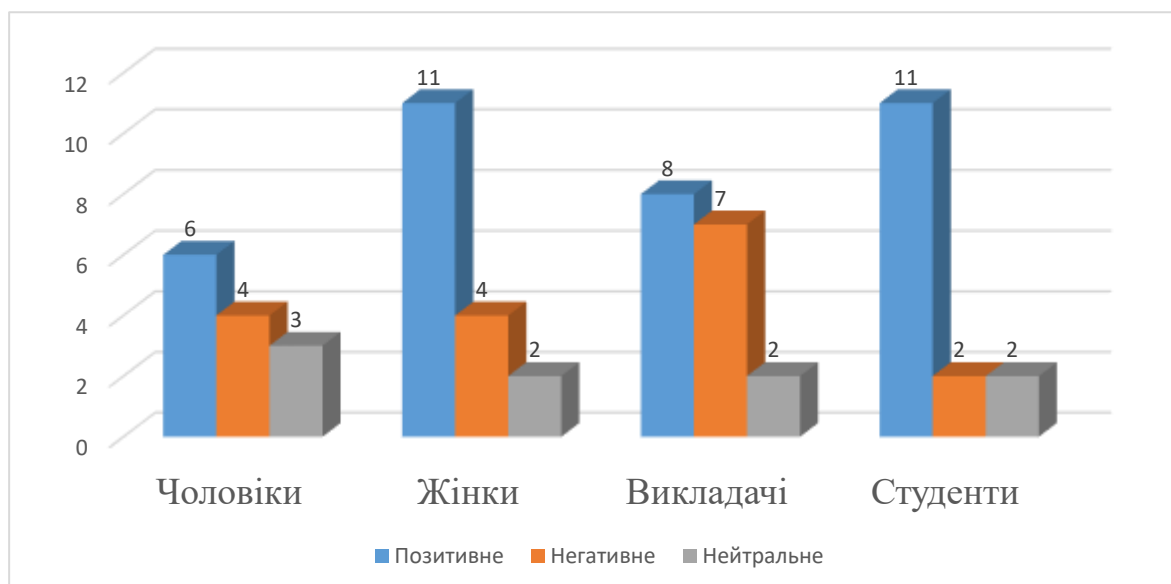


Рис. 3.1. Становлення до соціальних мереж

Таким чином, на графіку можна побачити, що жінки респонденти більш позитивно ставляться до соціальних мереж, в той час як половина чоловіків ставиться до цього явища негативно чи нейтрально. Також треба відмітити, що переважна частина студентів з позитивом сприймають Інтернет-мережі, а серед викладачів приблизно половина має позитивну думку.

Після цього учасники анкетування відповіли на питання щодо їх присутності у соціальних мережах (рисунок 3.2).

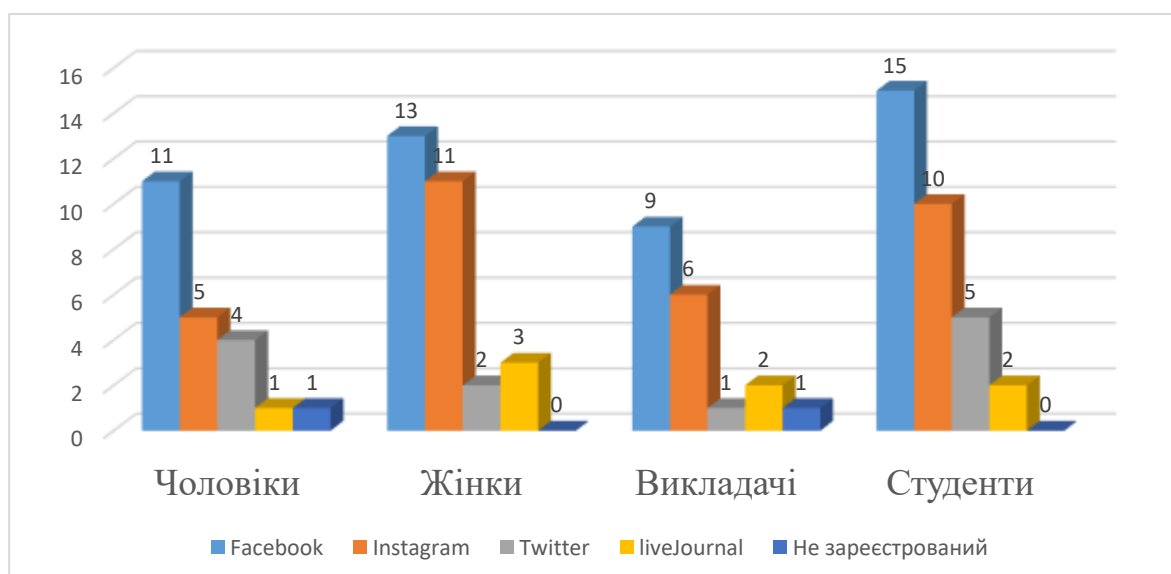


Рис. 3.2. Соціальні мережі, в яких зареєстровані респонденти

Таким чином, з цього графіку можна зробити висновок, що майже всі респонденти мають акаунт принаймні в одній із запропонованих соціальних мереж. Найпопулярнішою мережею серед всіх груп опитуваних є всесвітня мережа Facebook, де зареєстровані абсолютно всі студенти і переважна більшість викладачів. Другим за популярністю є Instagram, де присутні дві третини студентів та одинадцять опитуваних жінок. Далі йде сервіс мікроблогів Twitter, в якому зареєстровано п'ять студентів та один викладач. Найменш популярними мережами виявились LinkedIn і LiveJournal, на сайтах яких зареєстровано всього чотири респондента.

Далі учасники анкетування поділилися, де саме в Інтернеті вони шукають інформацію (рисунок 3.3).

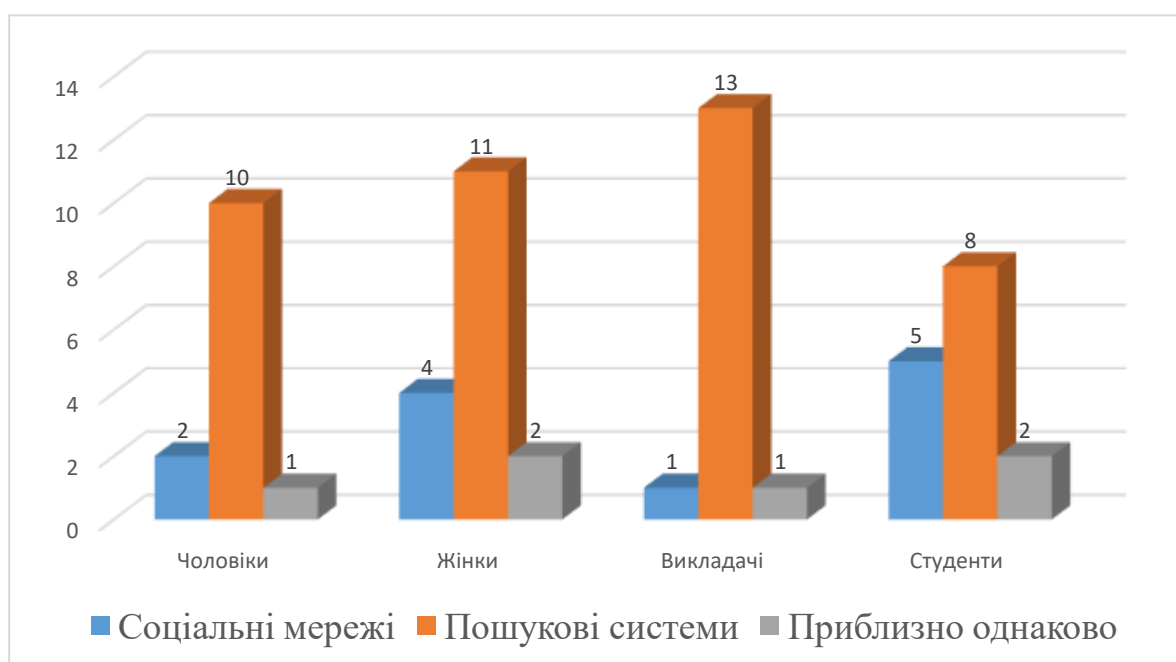


Рис. 3.3. Для пошуку інформації респонденти частіше використовують

Таким чином, як виявилось абсолютна більшість як викладачів, так і студентів надають перевагу спеціальним пошуковим сервісам, наприклад таким, як Google. В соціальних мережах знаходять потрібну для себе інформацію два студенти і один викладач.

На питання «Як саме ви передаєте файли в Інтернеті?» респонденти відповіли наступним чином (рисунок 3.4).



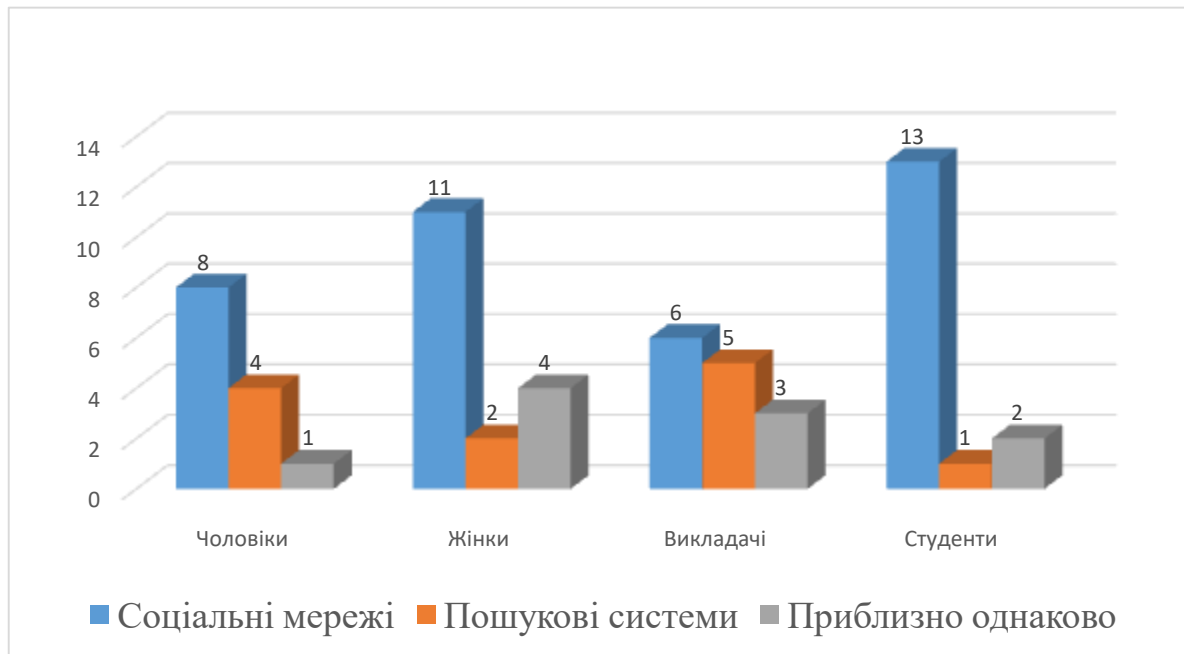


Рис. 3.4. Для передавання даних респонденти частіше використовують

Таким чином, на графіку ми бачимо, що більш зручним інструментом для передавання даних є соціальні мережі. Майже всі студенти користуються саме цим методом. Серед викладачів рівно третина користується пошуковими сервісами, і всього п'ять респондентів використовують обидва методи. Далі в учасників запитали, скільки часу на добу вони проводять у мережах. Відповіді бачимо на графіку (рисунок 3.5).

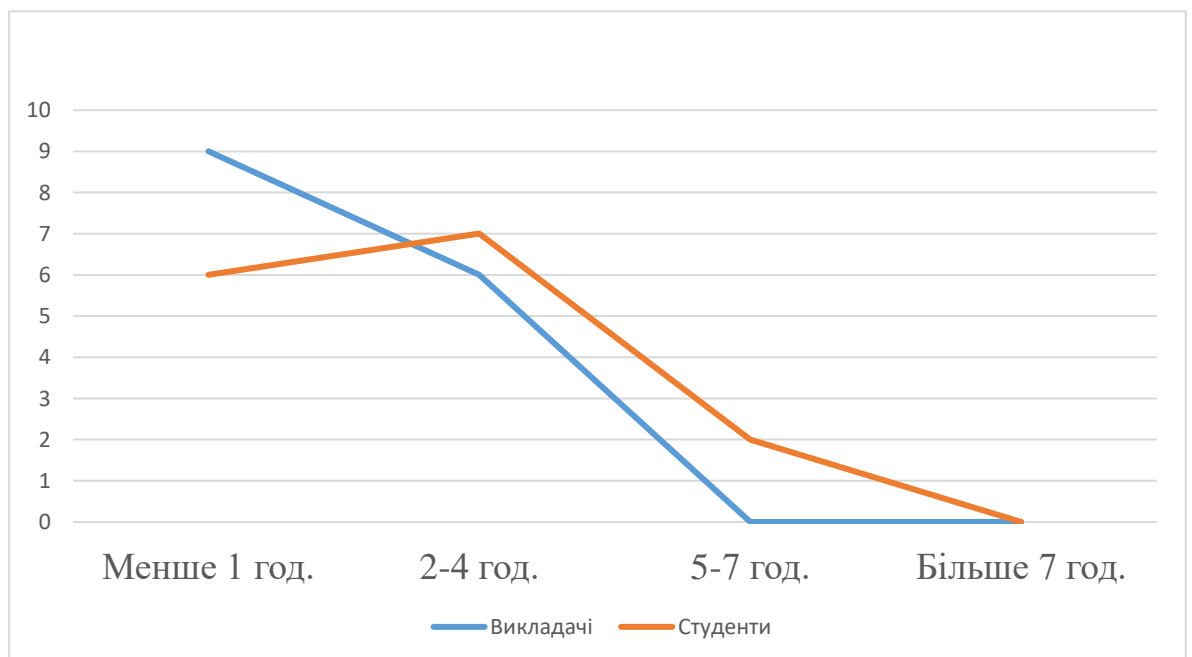


Рис. 3.5. Скільки часу на добу ви проводите у соціальній мережі

Таким чином, можемо зробити висновок, що студенти проводять більше часу у мережі, ніж викладачі; більша половина з них витрачає менше години. Сім студентів приділяють від двох до чотирьох годин мережам щоденно. А троє з опитуваних студентів проводять там більше п'яти годин.

Також у респондентів спитали, чим саме для них є соціальні мережі (рисунок 3.6).

Більшість викладачів і студентів сприймають мережі в першу чергу як засіб спілкування та джерело корисної інформації, а вже потім – як місце для знайомств, розваг та самовираження.

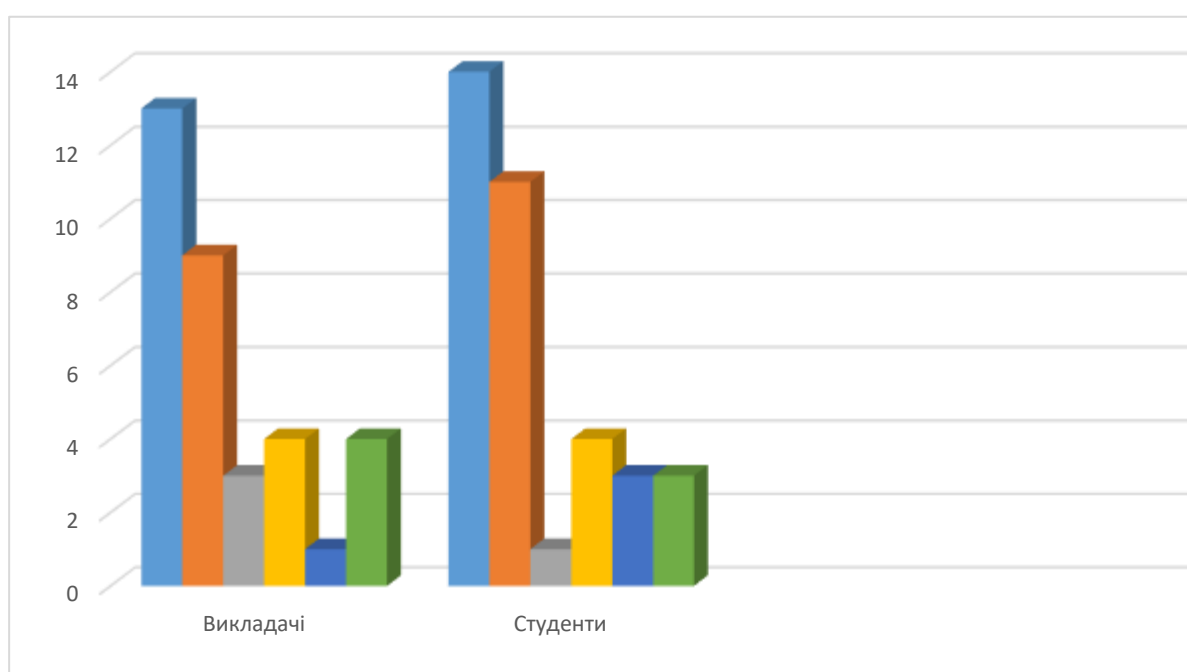


Рис. 3.6. Що для вас є соціальні мережі?

Таким чином, на рисунку 3.7 можемо побачити відповіді на запитання: «Чи потрібно закривати соціальні мережі в місцях навчання?»

Більшість викладачів вважає, що потрібно закрити або обмежити доступ до соціальних мереж у навчальних закладах. Студенти переважно проти цього.

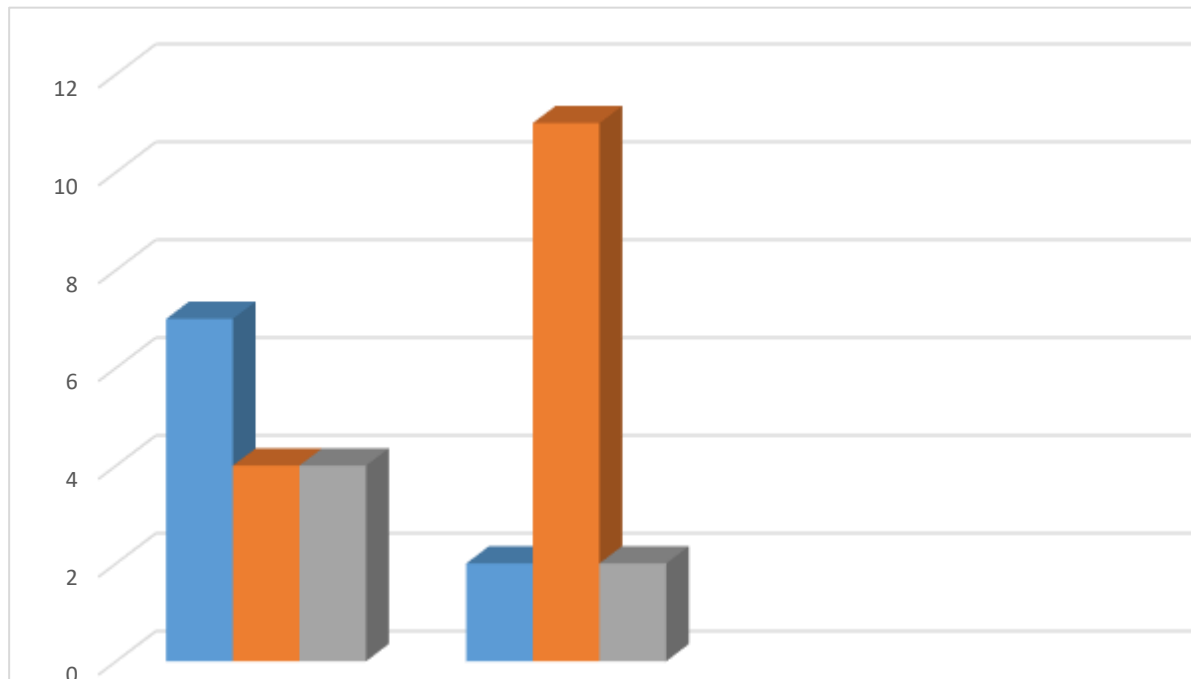


Рис. 3.7. Чи потрібно закривати доступ до соціальних мереж в навчальних закладах?

На питання, яка саме користь від соціальних мереж, учасники відповіли наступним чином (рисунок 3.8).

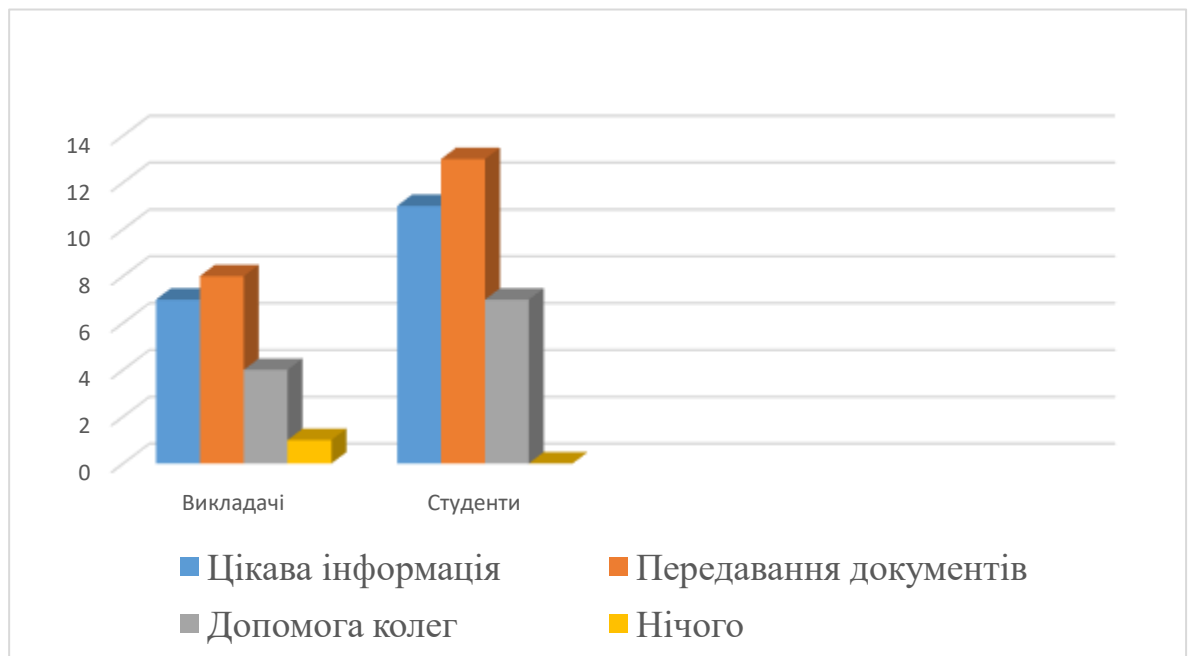


Рис. 3.8. Що корисного є в соціальних мережах для навчання?

Таким чином, майже всі студенти вважають, що передавати данні зручно через соцмережі, і більшість з них саме там знаходять цікаву

інформацію. Таку ж думку має менша частка викладачів. Одинадцять респондентів користуються в мережах допомогою колег, а один з викладачів не бачить в них нічого корисного.

Далі опитувані визначили, чи мають вони залежність від цього явища (рисунок 3.9)

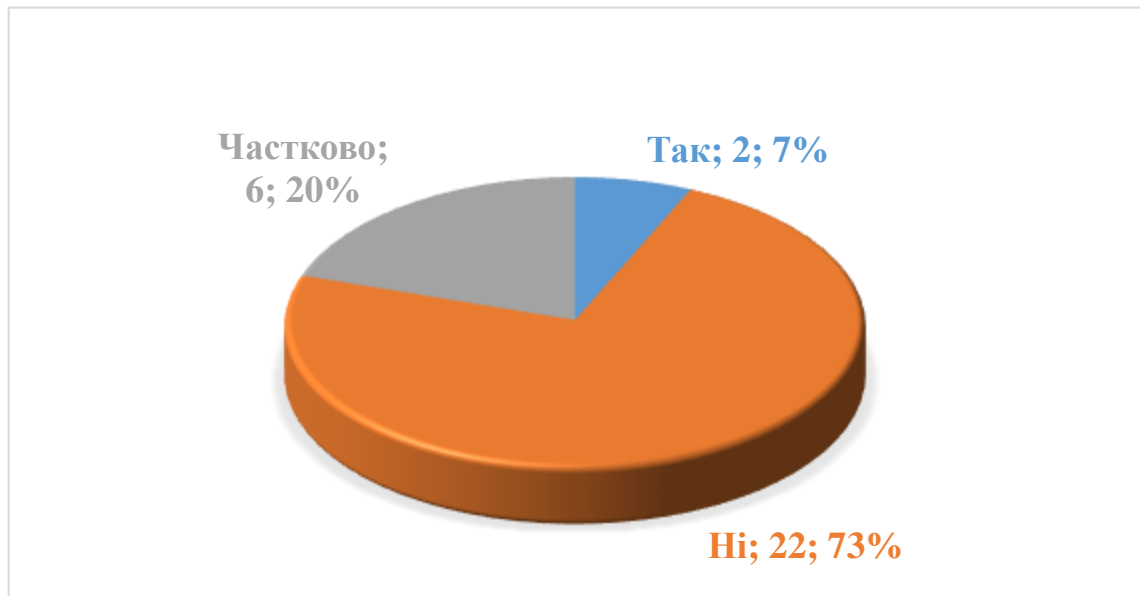


Рис. 3.9. Чи вважаєте ви, що маєте залежність від соціальних мереж?

Таким чином, два респонденти визнали, що залежать від соціальних мереж, ще шість частково, а більшість респондентів вважають себе вільними від цього явища.

У наступному питанні респонденти відповіли, як би вони сприйняли той факт, що соцмережі зникли (рисунок 3.10).



Рис. 3.10. Чи вважаєте ви, що маєте залежність від соціальних мереж?

Таким чином, виявилось, що 60% були би незадоволені, 23% було б байдуже, а 17% зраділи би, якби соціальні мережі перестали існувати.

У наступному питанні респонденти відповіли, як вони люблять проводити свій вільний час (рисунок 3.11).

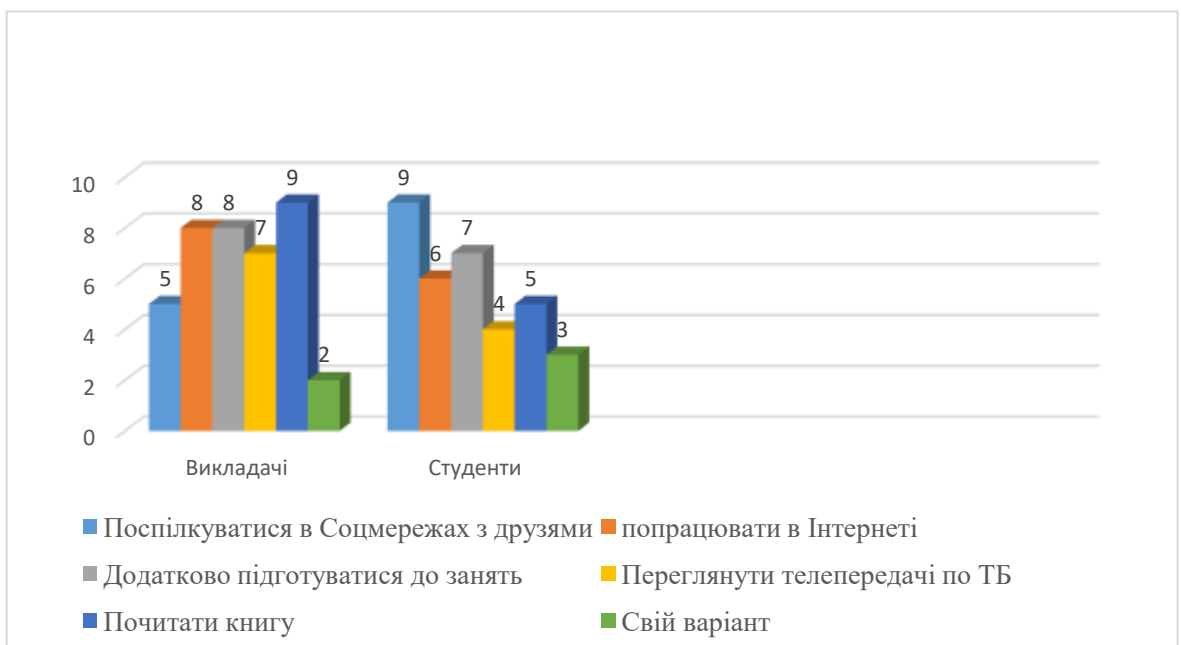


Рис. 3.11. Який варіант проведення вільного часу для вас найбільш прийнятний?

Таким чином, викладачі переважно читають книжки, працюють в Інтернеті, дивляться телевизор або готуються до занять. Серед студентів більшість любить спілкуватися с друзями в Інтернеті. Майже половина студентів працює, у вільний час готується до занять, шість студентів працює в Інтернеті, а третина читає книжки.

Учасникам поставили запитання: «Чи несуть соціальні мережі небезпеку?»

Діаграма відповідей на рисунку 3.12.

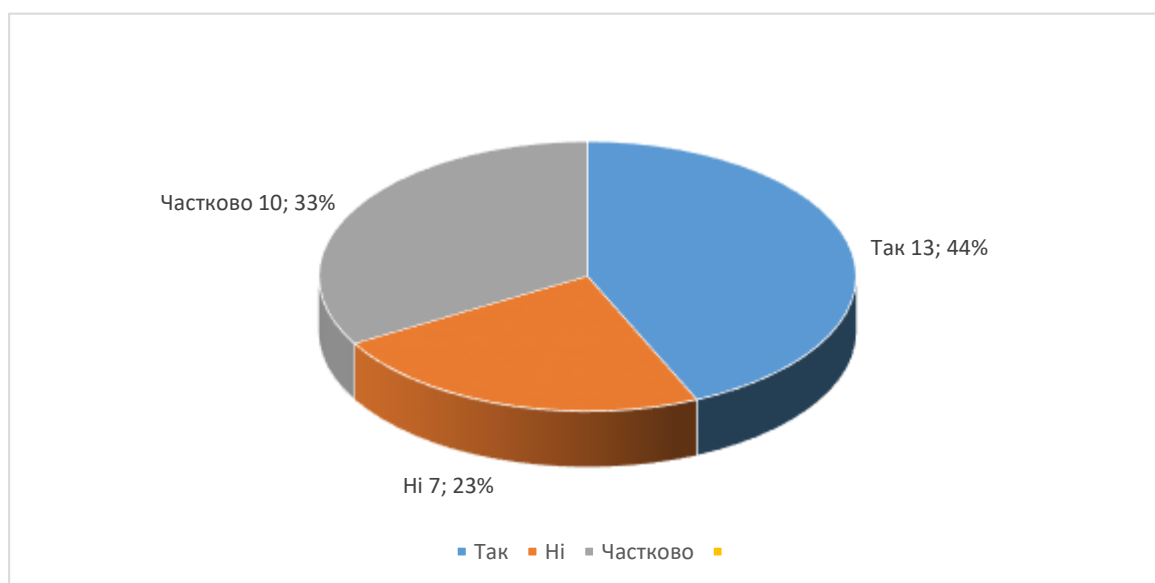


Рис. 3.12. Чи несуть соціальні мережі небезпеку?

Отже, 44% вважає, що соцмережі є небезпечними, 33% думає, що вони частково несуть загрозу і 23% опитуваних вважає їх повністю безпечним місцем. Далі учасники анкетування відповіли, що більшість з них заходить у соцмережі кожен день, 13% відсотків кілька разів на тиждень, і ще 27% – коли є вільний час. Дуже рідко заходять в мережі два респонденти. І жодного немає, хто б не заходив туди взагалі.

Таким чином, учасників анкетування запитали, як вони будуть ставитись до платних соціальних мереж (рисунок 3.13).

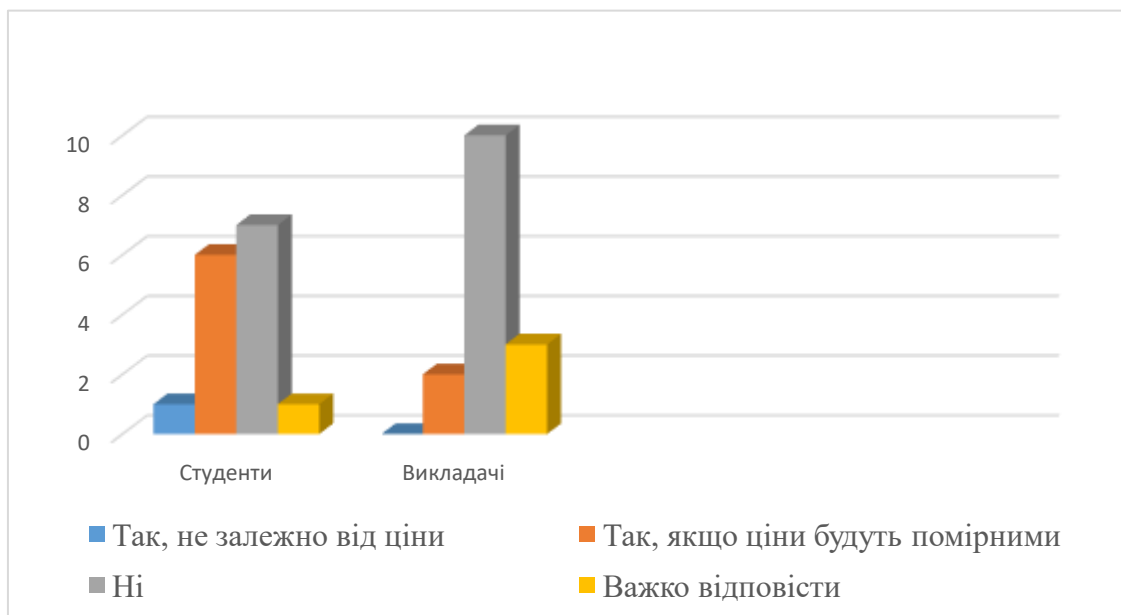


Рис. 3.13. Якщо завтра соціальна мережа стане платною, чи будете ви витрачати на неї гроші?

У респондентів запитали, чи змогли б вони без причини видалити свої облікові записи у соціальних мережах (рисунок 3.14).

Таким чином, сім викладачів спокійно видалили б із соціальних мереж свої акаунти, для трьох з них надто цінною є персональна інформація, яка зберігається на ньому. Серед студентів дві третини не позбавилися б власної сторінки. Трьом респондентам важко відповісти на поставлене запитання.

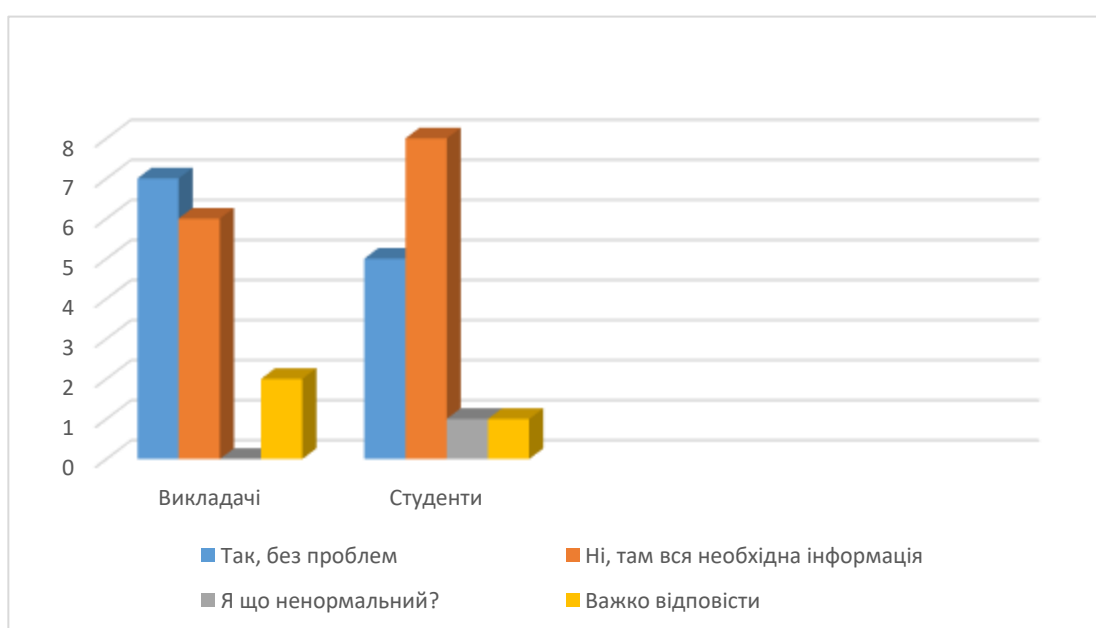


Рис. 3.14. Чи зможете ви видалити свій профіль у соцмережі і більше ніколи туди не заходити?

Що вплинуло на рішення студентів та викладачів зареєструватися в соц. мережах? Відповідь бачимо на рисунку 3.15.

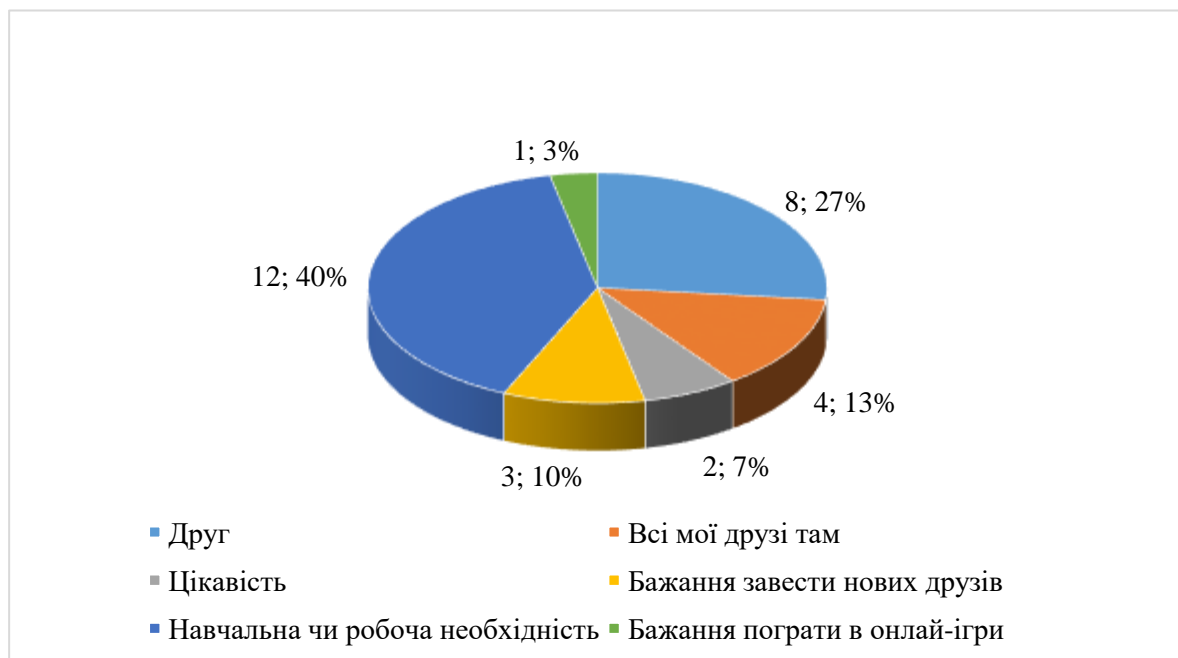
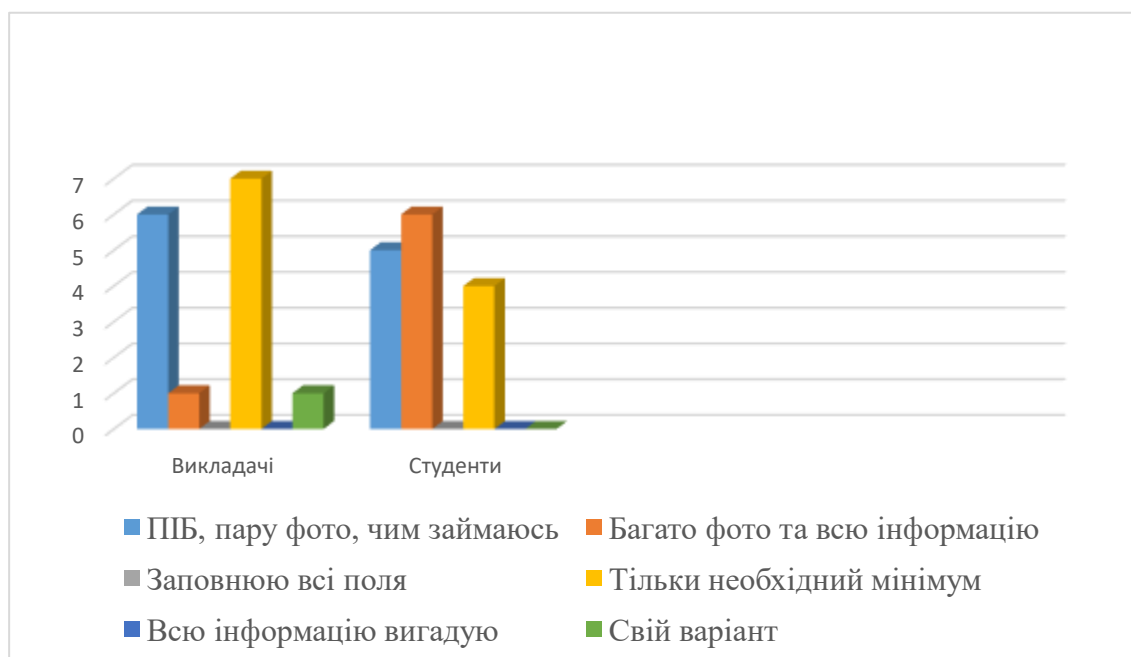


Рис. 3.15. Ключові мотиви реєстрації в соц. мережах?

Таким чином, 40% створили акаунти заради навчання. Вісім людей підбив на це друг або подруга. Три людини хочуть знайти нових друзів, та одна людина любить онлайн ігри.

Потім було питання, яку саме інформацію надають про себе респонденти (рисунок 3.16).





### Рис. 3.16. Яку інформацію про себе ви викладаєте в соціальній мережі?

Майже всі опитані викладачі розміщують на своїх сторінках мінімальну інформацію про себе. Більше третини опитаних студентів люблять розміщувати багато фотографій та дуже розгорнуто розповідають про своє життя.

Мабуть найголовніше запитання стосувалося саме професійного використання соціальних мереж (рисунок 3.17).

Таким чином, результати введеного соціологічного дослідження показали наступне:

1. Більшість сучасних користувачів соціальних мереж – це люди до тридцяти років. При цьому невелику більшість з них складають жінки. Із питання про кількість акаунтів у соцмережах можна зазначити, що студенти мають більше даних у різних мережах. Саме тому студенти більше часу проводять, користуючись соціальними мережами.
2. Виходячи з цього, зрозумілим є факт більш негативного відношення до соціальних мереж серед викладачів. Адже дивлячись на інтереси студентів, можна зробити висновок, що пріоритетом для них є саме спілкування та розваги. Тому можна зробити припущення, що студенти й молоді люди обмінюються файлами переважно розважального характеру.

Представники викладачів більше використовують мережі для пошуку цікавої інформації, яку можна застосувати у навчальному процесі. Також для викладачів є важливим чинник передавання даних навчального характеру між колегами та студентам. Ще одним фактором меншої присутності викладачів у соціальних мережах можуть бути можливі загрози, які там потенційно присутні. У зв'язку з більшою зацікавленістю мережами, студенти менш серйозно ставляться до небезпек.

3. Очевидно, що захоплення соціальними мережами і постійне спілкування з друзями змушують студентів надавати більше інформації про себе. Знову ж

отримуємо результат, що молоде покоління ще більше часу проводить онлайн.

Можна припустити, що завдяки своєму віку, студентів хвилюють такі речі як самовираження через соціальні мережі. Разом із цим захопленням автоматично збільшується кількість фотографій та розважальних дописів на особистих сторінках. Такі дії підвищують рейтинги користувача, з цим зв'язана зацікавленість студентів у пошуку нових друзів та знайомих. Саме тому велика кількість контактів не дають студентам відмовитись від соцмереж.

Велике коло друзів, а також популярність своєї сторінки змусять студентів в разі чого користуватися соціальними мережами платно. Втім, такої ж думки дотримується і більш молоде покоління викладачів. На відміну від студентів, більшість викладачів використовують соціальні мережі більш серйозно. В першу чергу це пошук необхідної для навчання інформації й обмін корисними файлами.

4. Можна припустити, що великий інтерес до спілкування з друзями та розваг у соцмережах негативно впливають на навчальний процес зі сторони студентів. Така ситуація змушує викладачів відстоювати точку зору, що соціальним мережам не місце в навчальних закладах, а студентам навпаки. Але як би там не було – майже всі респонденти користуються мережами для різних цілей кожен день або кілька разів на тиждень.

В цілому можна зазначити, що у професійних цілях викладачі використовують соціальні мережі переважно для пошуку інформації та обміну файлами. Дехто із учасників анкетування спілкується у мережах із колегами та професійними однодумцями. Можна припустити, що це пов'язано з тим, що викладачі не вважають соціальні мережі корисним інструментом, і не виявляють у них професійної активності. Тому варто генерувати більше професійного контенту, та розвивати базу своїх контактів.

### Висновок до розділу 3

У розділі 3 представлено результати соціологічних досліджень, в ході яких виявлено низку аспектів специфіки функціонування й тенденцій розвитку комунікативної сфери Інтернету в умовах інформаційного суспільства.

У параграфі 3.1. здійснено вторинний аналіз та визначені ключові характеристики дослідження спільних рис та відмінностей функціонування комунікативної сфери Інтернету в інформаційному суспільстві в різних регіонах України. Первинне дослідження проводилось Інститутом масової інформації українського філіалу міжнародної компанії GfK (GfK-Ukraine) у 2019 р. за підтримки Української Ініціативи з Підвищення Впевненості (UCBI), що фінансується Агенством США з Міжнародного Розвитку (USAID). Метою дослідження було вивчення ключових характеристик функціонування Інтернету у східних та південних областях України та особливостей використання Інтернету населенням. В кожній із областей вибірка була статистично репрезентативною населенню області за віком, статтю та типом населеного пункту.

У якості ключових характеристик дослідження функціонування й використання Інтернету розглядались такі питання як: рівень користування Інтернетом та існуючі можливості й перепони щодо його використання. Окрема увага приділялась місцям\способам доступу до мережі Інтернет, розповсюдженості різних типів підключення до Інтернету, а також тому, для чого та яким чином респонденти використовують Інтернет. Наприкінці дослідження зроблено огляд найбільш популярних онлайн-ресурсів серед опитаних респондентів.

Для проведення вторинного аналізу зазначеного дослідження нами було висунуто наступні гіпотези: 1) Існують спільні риси користування Інтернетом в інформаційному суспільстві в різних регіонах України; 2) Існують відмінності у використанні Інтернету в інформаційному суспільстві в різних регіонах України; Рівень використання Інтернету залежить від низки соціально-демографічних факторів.

В ході аналізу було виявлено, що існують відмінності у використанні Інтернету в інформаційному суспільстві в різних регіонах України. Найвищий рівень користування Інтернетом виявлений у Донецькій (58%) та Харківській областях (59%), найнижчий – у Луганській (44%) та Дніпропетровській областях (46%). Таким чином, підтвердилась гіпотеза №2, яка стверджує, що існують відмінності у використанні Інтернету в різних регіонах України.

В ході аналізу також було виявлено, що рівень використання Інтернету залежить від низки соціально-демографічних факторів. Він зростає із розміром населеного пункту. Так, серед мешканців села і населених пунктів розміром менше 50 тис. населення лише 40% та 48%, відповідно, користуються Інтернетом щодня або майже щодня. У містах із населенням вище 50 тис. він складає 57%. Рівень використання Інтернету помітно зменшується із віком респондентів. Так, серед респондентів віком 18-24 років 87% користуються Інтернетом щодня, 25-34 років – 80%, 35-44 років – 67%, 45-54 років – 47%, а серед старших вікових груп 30% (55-64 років) та 12% (більше 65 років). Чоловіки частіше користуються Інтернетом, ніж жінки (55% проти 48%, відповідно). Респонденти із вищою освітою помітно частіше користуються Інтернетом (72%), ніж респонденти із професійно-технічною або із закінченою середньою освітою (по 40%). Таким чином, гіпотеза № 3 також підтверджена в результаті вторинного аналізу.

Популярність користування людей Інтернетом пояснюється багатьма факторами. З розвитком технологій сьогодні існує безліч можливостей експлуатації мережі. Як показують результати дослідження, важливу роль відіграє той факт, що Інтернет дає кожному можливість спілкування, самореалізації, необхідної інформації. Велика частина просунутих і активних людей користується ним постійно для роботи, навчання, пошуку інформації, спілкування або ж просто для проведення часу і розваг. І як показує практика, сучасна людина в Інтернеті більш соціально активна, оскільки Інтернет дозволяє виконувати багато дій швидко, анонімно і в комфортній обстановці. Інтернет давно став звичним і зручним супутником життя.

У параграфі 2.1. здійснено аналіз даних, отриманих в ході організованого і проведеного соціологічного дослідження комунікативної сфери Інтернету в середовищі студентів та викладачів Державного університету телекомунікацій та обґрунтовано досягнуті результати дослідження. Дослідження проводилось з вересня по грудень 2020 року. Опитування студентів та викладачів ДУТ, які користуються соціальними мережами, відбувалось шляхом анкетування та мало на меті зібрати інформацію щодо відношення їх до соціальних мереж в цілому.

В ході дослідження було висунуто наступні гіпотези:

- 1) Ставлення до соціальних мереж відрізняється в залежності від віку та статі респондентів.
- 2) Найпопулярнішою мережою є всесвітня мережа Facebook.
- 3) Студенти проводять більше часу у мережі, ніж викладачі.
- 4) Користувачі Інтернет-мереж розміщують на своїх сторінках багато інформації.

В результаті обробки та аналізу анкет було виявлено, що ставлення до соціальних мереж відрізняється в залежності від віку та статі респондентів. Жінки респонденти більш позитивно ставляться до соціальних мереж, в той час як половина чоловіків ставиться до цього явища негативно чи нейтрально. Також треба відмітити, що переважна частина студентів з позитивом сприймають Інтернет-мережі, а серед викладачів приблизно половина має позитивну думку. Отже, висунута нами гіпотеза № 1 підтвердилась.

Питання щодо присутності у соціальних мережах виявило, що майже всі респонденти мають акаунт принаймні в одній із запропонованих соціальних мереж; найпопулярнішою ж мережою серед всіх груп опитуваних є всесвітня мережа Facebook, де зареєстровані абсолютно всі студенти і переважна більшість викладачів. Отже, висунута нами гіпотеза № 2 також підтвердилась.

Питання про те, скільки часу на добу респонденти проводять у мережах, дало змогу зробити висновок, що студенти проводять більше часу у

мережі, ніж викладачі. Отже, висунута нами гіпотеза № 3 також підтвердилась.

На питання щодо інформації, яку респонденти надають про себе та розміщують на своїх сторінках, відповіді розподілились наступним чином. Майже всі викладачі розміщують на своїх сторінках мінімальну інформацію. Більше третини студентів полюбляють розміщувати багато фотографій та дуже обширно розповідають про своє життя. Отже, висунута нами гіпотеза № 4 не підтвердилась (або підтвердилась лише частково), оскільки не всі користувачі розміщують на своїх сторінках багато інформації.

Таким чином, проаналізувавши відповіді, наведені в анкетах, можна зробити висновок, що більшість сучасних користувачів соціальних мереж – це люди до тридцяти років. При цьому невелику більшість з них складають жінки. Із питання про кількість акаунтів у соцмережах можна зазначити, що студенти мають більше даних у різних мережах. Саме тому студенти більше часу проводять, користуючись соціальними мережами. Виходячи з цього, зрозумілим є факт більш негативного відношення до соціальних мереж серед викладачів. Адже дивлячись на інтереси студентів, можна зробити висновок, що пріоритетом для них є саме спілкування та розваги. Тому можна зробити припущення, що студенти та молоді люди обмінюються файлами переважно розважального характеру. Представники викладачів більше використовують мережі для пошуку цікавої інформації, яку можна застосувати у навчальному процесі. Також для викладачів є важливим фактором передавання даних навчального характеру між колегами та студентам. Ще одним фактором меншої присутності викладачів у соціальних мережах можуть бути можливі загрози, які там потенційно присутні. У зв'язку із більшою зацікавленістю мережами, студенти менш серйозно ставляться до небезпек. Очевидно, що захоплення соціальними мережами і постійне спілкування з друзями змушують студентів надавати більше інформації щодо себе. Адже молодим користувачам важливо, щоб саме їх сторінка мала високий рейтинг та привабливий імідж. Знову ж це дає результат, що молоде покоління ще більше часу проводить онлайн. Можна припустити, що завдяки своєму віку,

студентів хвилюють такі речі як самовираження через соціальні мережі. Разом із цим захопленням автоматично збільшується кількість фотографій та розважальних дописів на особистих сторінках. Такі дії підвищують рейтинги користувача, з цим пов'язана зацікавленість студентів у пошуку нових друзів та знайомих. Саме тому велика кількість контактів не дають студентам відмовитись від соцмереж. Велике коло друзів, а також популярність своєї сторінки змусять студентів в разі чого користуватися соціальними мережами платно. Втім, такої ж думки дотримується і більш молоде покоління викладачів. На відміну від студентів, більшість викладачів використовують соціальні мережі більш серйозно. В першу чергу, це пошук необхідної для навчання інформації й обмін корисними файлами. Можна припустити, що великий інтерес до спілкування з друзями та розваг у соціальних мережах негативно впливають на навчальний процес зі сторони студентів. Така ситуація змушує викладачів відстоювати точку зору, що соціальним мережам не місце в навчальних закладах, а студентам навпаки. Але як би там не було, майже всі респонденти користуються мережами для різних цілей кожен день або кілька разів на тиждень.

## ВИСНОВКИ

Проаналізувавши науковий доробок та провівши авторське соціологічне дослідження ми можемо зробити наступні висновки.

В ході кваліфікаційної магістерської роботи здійснено соціологічний аналіз комунікативних функцій Інтернету в умовах сучасного інформаційного суспільства. Відзначено, що Інтернет революціонізував комунікацію, в тій мірі, в якій вона тепер є нашим кращим засобом повсякденного спілкування: багато в чому, що ми робимо, ми використовуємо Інтернет.

У розділі 1 розглянуто історико-теоретичні засади дослідження інтернету в комунікативній сфері сучасного суспільства. Проаналізовано соціологічні аспекти становлення та розвитку глобальної інформаційної мережі Інтернет, з'ясовано їх характеристики. Вивчено та здійснено компаративний аналіз концепцій функціонування Інтернету в комунікативній сфері суспільства.

У параграфі 1.1. здійснено аналітичний огляд досліджень глобальної мережі Інтернет в комунікативному просторі суспільства. Зазначено, що на межі ХХ–ХХІ ст. соціальне знання зафіксувало перехід людства в нову історичну добу постіндустріального розвитку, в т.зв. «інформаційну епоху», яка характеризується глобальними змінами в усіх сферах суспільного життя. Важливе місце у процесах глобалізації і суспільного розвитку займає Інтернет, який стає вирішальною технологією інформаційної епохи й об'єднує весь світ. Інтернет стрімко розростається, набуває нових форм існування, впроваджується в різні сфери життєдіяльності сучасного суспільства. Глобальна інформаційна мережа Інтернет сьогодні являє собою потужний засіб для досліджень сучасної соціальної реальності.

У процесі історичної еволюції Інтернет трансформувався. Спочатку це була статична мережа, призначена для перевезення невеликого вантажу байтів або короткого повідомлення між двома терміналами. Сьогодні, через цей «електронний левіафан» завантажуються величезна кількість інформації.



Інтернет у процесі свого розвитку зазнав величезного зростання; наразі це вже не контрольований певною державою проект, а найбільша комп'ютерна мережа в світі, що включає 70 мільйонів користувачів. Це складний багатодисциплінарний інструмент, що дозволяє людям створювати контент, спілкуватися один з одним і навіть уникати реальності. Сьогодні ми можемо відправляти дані з одного кінця світу на іншій в лічені секунди, робити онлайн-презентації, жити в паралельних «ігрових світах» і використовувати зображення, відео, звук і текст, щоб ділитися нашим реальним життям, нашою справжньою ідентичністю. Особисті історії публікуються; місцеві проблеми стають глобальними [59, с. 14].

У параграфі 1.2. проаналізовано загальнонаукові засади вивчення функціонування Інтернету на етапі розвитку інформаційного суспільства. Багато дослідників стверджують, що виникнення глобальної мережі Інтернет (Internet) знаменує собою новий етап розвитку людства, який характеризується домінуючою цінністю інформації, новою соціальною диференціацією за принципом «наближеності до знання», симбіозом соціальної організації з інформаційними технологіями.

Треба відзначити, що огляд основних теоретичних підходів до дослідження мережі демонструє різноманіття і неоднозначність трактувань категорії «мережа», що в свою чергу свідчить про комплексний характер дослідницького поля, про відсутність у дослідників в даний час єдиного методологічного інструментарію, а також про суперечливі тенденції в розробці загальної понятійності. Теоретики мережевого суспільства, мережеві аналітики і представники акторно-мережевої теорії по-різному визначають мережу, використовуючи її в якості сильної метафори, ефективного способу опису реалій сучасного суспільства, або розглядають мережу як процес дослідження соціальної реальності. Така ситуація, безсумнівно, є відображенням тих динамічних змін в сучасному суспільстві, які відбуваються під впливом стрімкого розвитку і поширення інформаційно-комунікаційних технологій, особливо Інтернету. Такі активні дискусії, до яких в даний час залучені дослідники з різних наукових областей, вказують

на те, що глобальна інформаційна мережа, дійсно, здатна відбити особливості сучасної соціальної реальності. А це, в свою чергу, дозволяє сподіватися на створення єдиного концептуального поля і універсальної понятійності в рамках виникаючої мережевої парадигми [79, с.803].

Відповідно до загальноцивілізаційних закономірностей будь-яке суспільство протягом історичного періоду свого розвитку проявляє себе як соціальна система, що самореалізується. Упорядкування всіх необхідних відносин у його соціальній сфері є неминучим процесом, реалізація якого відбувається на базі функціонування певної інформаційної системи, що формується під запити суспільства. Бурхливий розвиток глобальних інформаційних процесів ставить Україну перед необхідністю швидкого технологічного переозброєння. Водночас актуалізується потреба постійного вивчення, усвідомлення і продуктивного використання сучасних інформаційних і мережевих технологій. Багатозначність феномену Інтернет-мереж провокує виникнення різнобічних трактувань цього явища з позицій різних соціологічних підходів, що дає можливість обрати той методологічний інструмент, який є найбільш актуальним для сучасного наукового знання та соціальної практики. Суперечливість дослідницьких позицій у вивченні соціальних Інтернет-мереж зумовлюють необхідність визначення чітких критеріїв, за якими аналізоване явище розглядається в конкретних контекстуальних рамках. Питання конкретизації методологічної бази дослідження закономірно породжує потребу визначення аксіоматичної основи того чи іншого підходу. Побудова такого ядра складає важливе завдання соціологічної науки стосовно вивчення актуальних питань функціонування соціальних Інтернет-мереж у сучасному науковому дискурсі. Тому в ході нашого дослідження, розглянувши та проаналізувавши різноманітні теоретичні підходи в межах двох головних соціологічних парадигм, ми визначили їх аксіологічні ядра. 1. Для структурного функціоналізму характерним є вивчення феномену соціальних Інтернет-мереж з точки зору їх розуміння як цілісної системи, що має свою структуру, кожна складова якої виконує притаманні їм соціальні функції. 2. В межах

конфліктологічної соціології соціальні Інтернет-мережі розглядають як віртуальний простір з конфліктними характеристиками, дослідження яких скеровує на пошуки шляхів розв'язання конфліктних ситуацій та досягнення консенсусу. 3. В межах символічного інтеракціонізму соціальні мережі в Інтернеті можна розглядати як поведінкову взаємодію, що здійснюється за допомогою символів. 4. Феноменологічна соціологія може розглядати соціальні Інтернет-мережі як духовну взаємодію у пошуках спільного сенсу.

Можливість комунікації і спілкування надають сучасній людині соціальні мережі, форуми, текстові та відео-блоги, сайти знайомств, скайп, основна мета яких – здолати перешкоди у вигляді відстані для вільного спілкування. Соціальні мережі дають можливість соціалізації та підтримування соціальних зв'язків. Homo Interneticus (віртуальна особистість) користується набагато більшим ступенем свободи, ніж мешканці фізичного світу, може спілкуватися з людьми, що знаходяться за тисячі кілометрів, і в будь-який момент за власним бажанням змінити співрозмовника або вийти з контакту. Тому постає питання про заміну або витіснення, в тій чи іншій мірі, Інтернет-комунікацією спілкування в реальному соціумі. Всесвітня мережа Інтернет, яка об'єднала в собі безліч світових інформаційних ресурсів, надає сучасній людині можливість навчання, освіти та самоосвіти. Найбільш популярними видами бізнесу в мережі є інтернет-магазини, розробка та розкрутка сайтів, партнерські програми тощо. Можливість дозвіллево-розважальної діяльності реалізовується завдяки іграм, книгам, музиці, кліпам, фільмам, корисним програмам і т. ін., які можна завантажувати в Інтернеті. Отже, на даному етапі розвитку, очевидно, можна розглядати соціальні Інтернет-мережі як технологічні комплекси організації і керування обмінами електронною інформацією між суб'єктами соціальних відносин, призначені для забезпечення горизонтального спілкування зацікавлених у ньому абонентів, об'єднаних спільними інтересами, інформаційними потребами та навиками спілкування.

У параграфі 2.3. визначено соціологічний вимір дослідження Інтернету та його впливу на духовний світ людини в умовах інформаційного суспільства. Відзначено, що огляд та аналіз можливостей соціальних Інтернет-мереж дає змогу побачити їх безпосередній вплив на людину, а також функціональну роль у суспільстві. У цьому сенсі роль соціальних Інтернет-мереж може проявлятися у наступних аспектах:

- соціальні Інтернет-мережі вибудовують горизонтальні зв'язки у суспільстві, налагоджують зв'язки між соціальними групами;
- соціальні Інтернет-мережі сприяють налагодженню зворотного зв'язку і відтак більш оперативному реагуванню управлінської сфери на запити громадян;
- за допомогою соціальних Інтернет-мереж може здійснюватися представництво інтересів не тільки соціальних груп, а й цілих соціальних верств населення – роботодавців, найманих працівників, споживачів тощо перед органами влади та місцевого самоврядування
- у соціальних Інтернет-мережах забезпечується необхідна на сьогодні швидкість обміну інформацією;
- соціальні Інтернет-мережі створюють умови для прозоріших економічних, політичних та соціокультурних процесів.

Отже, соціальні Інтернет-мережі сьогодні перетворюються із супутніх чинників суспільного розвитку на важливу соціальну складову і один із соціальних інститутів. Для того, щоб соціальні мережі зайняли своє місце в науково-технічній та громадській сфері вони проходять шлях від початкового стану розвитку до становлення як важливого й потрібного інструменту соціальної комунікації постіндустріального інформаційного суспільства. Прогнозований шлях їх розвитку відповідає загальноцивілізаційній тенденції – розвитку мереж спілкування відповідно до суспільних потреб, удосконалення особистісних і ділових контактів, удосконалення суспільно необхідної системи мереж, у тому числі пов'язаних з підтримкою соціально-орієнтованих проектів.

У цілому можна зауважити на характерну особливість сучасності:

онлайніві соцмережі, удосконалюючи горизонтальні зв'язки, дедалі більш відчутно впливають на систему вертикальних інформаційних зв'язків, що є характерною ознакою розвитку громадянського суспільства. Вони вдосконалюють зв'язки між соціальними групами і в середині цих груп – між їх членами, породжують можливості активного громадського впливу за порушення у сфері бізнесу й політики, знижують рівень невизначеності в бізнесі і політиці, підвищують якість інформаційного обслуговування та інтенсивність інформаційних обмінів. За допомогою горизонтальних соцмереж ефективніше представляються інтереси не тільки соціальних груп, а й цілих соціальних пластів – роботодавців, найманих працівників, споживачів та ін. Створюються умови для прозорості економічних процесів та прийняття управлінських рішень. Підвищується ефективність управління організації і процесами будь-якого рівня за рахунок взаємного контролю всіх учасників суспільного життя.

Таким чином, із проникненням новітніх телекомунікаційних засобів у наше життя постають нові виклики перед суспільством, особою та державою, які вже сьогодні потребують як перегляду сутності зв'язків між собою, так і активних дій щодо їх налагодження з урахуванням сучасних технологічних засобів.

У розділі 3 представлено результати соціологічних досліджень, в ході яких виявлено низку аспектів специфіки функціонування й тенденцій розвитку комунікативної сфери Інтернету в умовах інформаційного суспільства.

У параграфі 3.1. здійснено вторинний аналіз та визначені ключові характеристики дослідження спільних рис та відмінностей функціонування комунікативної сфери Інтернету в інформаційному суспільстві в різних регіонах України. Первинне дослідження проводилось Інститутом масової інформації українського філіалу міжнародної компанії GfK (GfK-Ukraine) у 2019 р. за підтримки Української Ініціативи з Підвищення Впевненості (UCBI), що фінансується Агенством США з Міжнародного Розвитку (USAID). Метою дослідження було вивчення ключових характеристик функціонування Інтернету у східних та південних областях України та

особливостей використання Інтернету населенням. В кожній із областей вибірка була статистично репрезентативною населенню області за віком, статтю та типом населеного пункту.

У якості ключових характеристик дослідження функціонування й використання Інтернету розглядалися такі питання як: рівень користування Інтернетом та існуючі можливості й перепони щодо його використання. Окрема увага приділялась місцям\способам доступу до мережі Інтернет, розповсюдженості різних типів підключення до Інтернету, а також тому, для чого та яким чином респонденти використовують Інтернет. Наприкінці дослідження зроблено огляд найбільш популярних онлайн-ресурсів серед опитаних респондентів.

Для проведення вторинного аналізу зазначеного дослідження нами було висунуто наступні гіпотези: 1) Існують спільні риси користування Інтернетом в інформаційному суспільстві в різних регіонах України; 2) Існують відмінності у використанні Інтернету в інформаційному суспільстві в різних регіонах України; Рівень використання Інтернету залежить від низки соціально-демографічних факторів.

В ході аналізу було виявлено, що існують відмінності у використанні Інтернету в інформаційному суспільстві в різних регіонах України. Найвищий рівень користування Інтернетом виявлений у Донецькій (58%) та Харківській областях (59%), найнижчий – у Луганській (44%) та Дніпропетровській областях (46%). Таким чином, підтвердилась гіпотеза №2, яка стверджує, що існують відмінності у використанні Інтернету в різних регіонах України.

В ході аналізу також було виявлено, що рівень використання Інтернету залежить від низки соціально-демографічних факторів. Він зростає із розміром населеного пункту. Так, серед мешканців села і населених пунктів розміром менше 50 тис. населення лише 40% та 48%, відповідно, користуються Інтернетом щодня або майже щодня. У містах із населенням вище 50 тис. він складає 57%. Рівень використання Інтернету помітно зменшується із віком респондентів. Так, серед респондентів віком 18-24 років

87% користуються Інтернетом щодня, 25-34 років – 80%, 35-44 років – 67%, 45-54 років – 47%, а серед старших вікових груп 30% (55-64 років) та 12% (більше 65 років). Чоловіки частіше користуються Інтернетом, ніж жінки (55% проти 48%, відповідно). Респонденти із вищою освітою помітно частіше користуються Інтернетом (72%), ніж респонденти із професійно-технічною або із закінченою середньою освітою (по 40%). Таким чином, гіпотеза № 3 також підтверджена в результаті вторинного аналізу.

Популярність користування людей Інтернетом пояснюється багатьма факторами. З розвитком технологій сьогодні існує безліч можливостей експлуатації мережі. Як показують результати дослідження, важливу роль відіграє той факт, що Інтернет дає кожному можливість спілкування, самореалізації, необхідної інформації. Велика частина просунутих і активних людей користується ним постійно для роботи, навчання, пошуку інформації, спілкування або ж просто для проведення часу і розваг. І як показує практика, сучасна людина в Інтернеті більш соціально активна, оскільки Інтернет дозволяє виконувати багато дій швидко, анонімно і в комфортній обстановці. Інтернет давно став звичним і зручним супутником життя.

У параграфі 2.1. здійснено аналіз даних, отриманих в ході організованого і проведеного соціологічного дослідження комунікативної сфери Інтернету в середовищі студентів та викладачів Державного університету телекомунікацій та обґрунтовано досягнуті результати дослідження. Дослідження проводилось з вересня по грудень 2020 року. Опитування студентів та викладачів ДУТ, які користуються соціальними мережами, відбувалось шляхом анкетування та мало на меті зібрати інформацію щодо відношення їх до соціальних мереж в цілому.

В результаті обробки та аналізу анкет було виявлено, що ставлення до соціальних мереж відрізняється в залежності від віку та статі респондентів. Жінки респонденти більш позитивно ставляться до соціальних мереж, в той час як половина чоловіків ставиться до цього явища негативно чи нейтрально. Також треба відмітити, що переважна частина студентів з позитивом сприймають Інтернет-мережі, а серед викладачів приблизно

половина має позитивну думку. Отже, висунута нами гіпотеза № 1 підтвердилась.

Питання щодо присутності у соціальних мережах виявило, що майже всі респонденти мають акаунт принаймні в одній із запропонованих соціальних мереж; найпопулярнішою ж мережою серед всіх груп опитуваних є всесвітня мережа Facebook, де зареєстровані абсолютно всі студенти і переважна більшість викладачів. Отже, висунута нами гіпотеза № 2 також підтвердилась.

Питання про те, скільки часу на добу респонденти проводять у мережах, дало змогу зробити висновок, що студенти проводять більше часу у мережі, ніж викладачі. Отже, висунута нами гіпотеза № 3 також підтвердилась.

На питання щодо інформації, яку респонденти надають про себе та розміщують на своїх сторінках, відповіді розподілились наступним чином. Майже всі викладачі розміщують на своїх сторінках мінімальну інформацію. Більше третини студентів люблять розміщувати багато фотографій та дуже обширно розповідають про своє життя. Отже, висунута нами гіпотеза № 4 не підтвердилась (або підтвердилась лише частково), оскільки не всі користувачі розміщують на своїх сторінках багато інформації.

Таким чином, проаналізувавши відповіді, наведені в анкетах, можна зробити висновок, що більшість сучасних користувачів соціальних мереж – це люди до тридцяти років. При цьому невелику більшість з них складають жінки. Із питання про кількість акаунтів у соцмережах можна зазначити, що студенти мають більше даних у різних мережах. Саме тому студенти більше часу проводять, користуючись соціальними мережами. Виходячи з цього, зрозумілим є факт більш негативного відношення до соціальних мереж серед викладачів. Адже дивлячись на інтереси студентів, можна зробити висновок, що пріоритетом для них є саме спілкування та розваги. Тому можна зробити припущення, що студенти та молоді люди обмінюються файлами переважно розважального характеру. Представники викладачів більше використовують мережі для пошуку цікавої інформації, яку можна застосувати у навчальному



процесі. Також для викладачів є важливим фактором передавання даних навчального характеру між колегами та студентам. Ще одним фактором меншої присутності викладачів у соціальних мережах можуть бути можливі загрози, які там потенційно присутні. У зв'язку із більшою зацікавленістю мережами, студенти менш серйозно ставляться до небезпек. Очевидно, що захоплення соціальними мережами і постійне спілкування з друзями змушують студентів надавати більше інформації щодо себе. Адже молодим користувачам важливо, щоб саме їх сторінка мала високий рейтинг та привабливий імідж. Знову ж це дає результат, що молоде покоління ще більше часу проводить онлайн. Можна припустити, що завдяки своєму віку, студентів хвилюють такі речі як самовираження через соціальні мережі. Разом із цим захопленням автоматично збільшується кількість фотографій та розважальних дописів на особистих сторінках. Такі дії підвищують рейтинги користувача, з цим пов'язана зацікавленість студентів у пошуку нових друзів та знайомих. Саме тому велика кількість контактів не дають студентам відмовитись від соцмереж. Велике коло друзів, а також популярність своєї сторінки змусять студентів в разі чого користуватися соціальними мережами платно. Втім, такої ж думки дотримується і більш молоде покоління викладачів. На відміну від студентів, більшість викладачів використовують соціальні мережі більш серйозно. В першу чергу, це пошук необхідної для навчання інформації й обмін корисними файлами. Можна припустити, що великий інтерес до спілкування з друзями та розваг у соціальних мережах негативно впливають на навчальний процес зі сторони студентів. Така ситуація змушує викладачів відстоювати точку зору, що соціальним мережам не місце в навчальних закладах, а студентам навпаки. Але як би там не було, майже всі респонденти користуються мережами для різних цілей кожен день або кілька разів на тиждень.

В цілому слід зазначити, що Інтернет займає важливе місце у процесах глобалізації та суспільного розвитку. Наразі його роль набуває особливої значущості у житті сучасної людини та в життєдіяльності суспільства. З розвитком глобалізації інформаційна мережа Інтернет відчуває різні зміни і

набуває нових форм існування, виробляє механізми адаптації до викликів сучасності, стає вирішальною технологією інформаційної епохи, стрімко розростається та з кожним днем все більше впроваджується в різні сфери життєдіяльності суспільства. Всесвітня глобальна комп'ютерна мережа – об'єднала сьогодні весь світ, пов'язала між собою конкретні місця з чітко окресленими соціальними, культурними, фізичними та функціональними характеристиками, та основі цих елементів забезпечує комунікаційні можливості взаємодії різних особистостей в інформаційному просторі сучасного суспільства, виступаючи найкращою платформою для всіх видів активності, як ділової, так і особистої, й варто відзначити, що комунікабельність наразі різко зростає. Люди, все більше відчуваючи багатомірність соціального простору, дуже активно мігрують до мережі. Віртуальне життя стає більш соціальним, воно полегшує реальну роботу, суспільне і культурне життя. Саме тому мережа являє собою потужний засіб для досліджень сучасної соціальної реальності, впливу Інтернету на життя і діяльність сучасної людини, суспільний розвиток і глобалізацію. Дослідження тенденцій суспільного розвитку і глобалізації в зрізі впливу мережі важливо не тільки для адекватного розуміння цього явища, воно також сприяє виробленню нового світогляду і збільшенню соціального знання. Вивчення інтернету здійснюється в рамках різних наукових дисциплін і з точки зору різних дослідницьких перспектив. Інтернет сьогодні становить технологічну інфраструктуру глобального мережевого суспільства, і розуміння логіки її функціонування й розвитку стає наразі одним з найактуальніших ключових напрямків соціальних досліджень.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Артамонов Г.Т. О противоречиях перехода к информационному обществу/ Г.Т.Артамонов//Вестник ВОИВТ. – 1998. – №3. – с. 42–44.
2. Адамьянц Т.З. Социальные коммуникации: учебное пособие для вузов / «Высшее образование» (гриф). М.: Дрофа. 2009. – с. 204/
3. Батыгин Г.С. Социология Интернета: Наука и образование в виртуальном пространстве // Социологический журнал. 2001. №1. – с. 176-187.
4. Бехманн Г. Современное общество: общество риска, информационное общество, общество знаний / пер. с нем. А. Ю. Антоновского, Г. В. Гороховой, Д. В. Ефременко, В. В. Каганчук, С. В. Месяц. – М.: Логос, 2010. – с. 125.
5. Бизнес в Интернете [Электронный ресурс]. Режим доступа URL: <http://ru.wikipedia.org/wiki>
6. Бодрийяр Ж. Общество потребления. Его мифы и структуры / La societe de consommation, М.: Республика; Культурная революция, 2006. – с. 269.
7. Бодрийяр Ж. Симулякры и симуляции / Пер. с франц. А. Качалова. – М.: Издательский дом «ПОСТУМ», 2015. – с. 240.
8. Бондаренко С.В. Социальная структура виртуальных сетевых сообществ Ростов н/Д : Изд-во Рост. ун-та, 2004. – с. 319.
9. Васильева И.В., Осипова Е.М., Петрова Н.Н. Психологические аспекты применения информационных технологий// Вопросы психологии, 2002 г. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.vash-psiholog.info/voprospsih/219/18247-konferenciya-po-probleмам-perinatalnoj-psixologii-i-medicny>. Дата обращения: 20.04.2019.
10. Вахула Б. Я. Аксиоматичні ядра головних соціологічних підходів у дослідження соціальних Інтернет-мереж. – Український соціум. – 2013. – № 1 (44). – С. 33-42.

11. Головкин Б. А. Информационная социология: тематическая диспозиция / Борис Головкин // Социология: теория, методы, маркетинг. – 2004. – №2. – с.120–132.
12. Горчакова В. «Перспективы интернет-исследований», журнал «Интернет-маркетинг», № 2, 2001. – с. 15.
13. Главные предсказания о будущем компьютерных технологий [Электронный ресурс]. Режим доступа URL: <http://www.mirprognozov.ru/prognosis/science/glavnyie-predskazaniya-o-buduschem-kompyuternyih-tehnologiy>. Дата обращения: 22.04.2019.
14. Давыдов Ю. Н. Современная западная социология: словарь. – М.: Политиздат, 1990. – с. 432.
15. Дайзард У. Наступление информационного века // Новая технократическая волна на Западе. М.: Прогресс, 1986. – с. 353.
16. Делез Ж. Актуальное и виртуальное [Электронный ресурс]. Режим доступа URL: <http://visiology.fatal.ru/texts/deleuze.htm>
17. Демків О. Б. Розвиток та основні напрямки мережевого аналізу // Методологія, теорія та практика соціологічного аналізу сучасного суспільства: зб. наук. праць. – Харків: Видавничий центр Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. – 2003. – С. 161–166.
18. Добринская Д.Е. Социологическое осмысление интернета: теоретические подходы к исследованию сети (начало) // Вестник Московского университета. Серия 18. Социология и политология. 2016. № 3. – с. 21–38.
19. Докторов Б. Онлайн-опросы: обыденность наступившего столетия // Телескоп: наблюдения за повседневной жизнью петербуржцев, 2000. №4. – с.45-87.
20. Ефременко Д.В. Сетевое общество: от метафоры к реальности // Социальные сети и виртуальные сетевые сообщества: Сб. науч. тр. М., 2013. – с. 6–10.
21. Иванов Д. В. Постиндустриализм и виртуализация экономики // Журнал социологии и социальной антропологии. 1998, Том 1. №1. – с. 10.

22. Иванов Д.В. Феномен компьютеризации как социологическая проблема // Проблемы теоретической социологии. Выпуск 3. СПб.: Издательство Санкт-Петербургского университета, 2000 – с. 312.
23. Иванченко Д. А. Интерпретация интернет-пространства в дискурсе социологии / Д. А. Иванченко // Ученые записки. РГСУ. – 2009. – № 3 (66). – с. 72–78.
24. Игнатьев В.И. Виртуальное социальное действие: единство актуального и символического // Материалы III Всероссийского социологического конгресса «Социология и общество: пути взаимодействия» / Институт социологии РАН; Российское общество социологов. М., 2008. – с. 52-89.
25. Игнатьев В.И. Социология информационного общества: учебно-методическое пособие / В.И. Игнатьев. – Новосибирск: Изд-во НГТУ, 2010. – с. 19.
26. Иноземцев В. Перспективы постиндустриальной теории в меняющемся мире // Новая постиндустриальная волна на Западе. Антология / Под. ред. В.Л. Иноземцева. М.: Academia, 1999. – с. 364.
27. Каллон М. Акторно-сетевая теория // International Encyclopedia of the Social and Behavioral Sciences. Elsevier Sciences Ltd., 2001. – p. 62–66.
28. Кастельс М. «Информационная эпоха: экономика, общество и культура. М.: ГУ ВШЭ, 2000, – с. 317.
29. Кляшторная О. Оценка ИТ-проектов. Что выбрать? // «Директор информационной службы»: настольный журнал ИТ-руководителя, № 6 2003 г.
30. Конык Д. Расставьте сети. Как использовать Интернет в интересах вашего бизнеса / Д. Конык, С. Рендер. — К. : ООО «Компания ЛИК», 2011. — 120 с.
31. Латур Б. Пересборка социального: введение в акторно-сетевую теорию.] /пер. с англ. И. Полонской; под ред. С. Гавриленко; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2014. – с. 384.
32. Лобе А. Die Welt: Алгоритм достоверно знає, чого саме хоче кожен виборець // Український тиждень, №33, 2 серпня 2020.

33. Лукас Е. Відплата тиранам // Український тиждень, №50 (682), 10 грудня 2020.
34. Луман Н. Невероятность коммуникации / Пер. с нем. А. М. Ложеницина под ред. Н. А. Головина // Проблемы теоретической социологии. Вып 3. / Отв. ред. А. О. Бороноев. – СПб.: Издательство СПбГУ, 2000. – с. 148-155.
35. Мертон, Р. Самоисполняющееся пророчество / Р. Мертон // Прогнозис. – 2006. – № 1. – С. 223–238.
36. Мид Дж. От текста к символу / Дж. Мид // Американская социологическая мысль : тексты / под ред. В.И. Добренкова. – М. : МУБУ, 1994. – С. 205–233.
37. Митус К.Н. Выбор метода оценки эффективности информационных технологий с помощью определения уровня организационной зрелости корпорации // Весник СевНТУ: зб. Наук. Пр. ВИП 109/2010. Серия: Економіка і фінанси. – Севастополь, 2010, с. 98-102.
38. Моисеева, А. П. Виртуализация как трансформация и социальная коммуникация / А. П. Моисеева, О. А. Мазурина, О. А. Перепелкин // Изв. Том. политехн. ун-та. – 2010. – Т. 316. – № 6. – С. 141–146.
39. Назаров М.М. Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследования. М.: Либроком, 2014. – с. 354.
40. Носов Н.А. Манифест виртуалистики // Труды лаборатории виртуалистики. – М.: Путь, 2001. – с. 17.
41. Официальные документы корпорации Cisco [Электронный ресурс]. Режим доступа URL: <http://www.cisco.com/web/RU>. Дата обращения: 25.04.2019.
42. Партнерская программа [Электронный ресурс]. Режим доступа URL: [http://network-money.ucoz.ru/index/partnerka\\_чto\\_ehto/0-12](http://network-money.ucoz.ru/index/partnerka_чto_ehto/0-12)
43. Поддьяков А. Н. Виртуальная и социальная реальность. – 2001. – с. 14.
44. Посталовский А.В. Парадигма структурно-функционального анализа в американской академической социологии / А.В. Посталовский // Вестник БГУ. Серия 3. – 2009. – № 3. – С. 67–71.

45. Рейнгольд Г. Умная толпа: новая социальная революция / Г. Рейнгольд. – Пер. с англ. А. Гарькавого. – М.: ФАИР ПРЕСС, 2006. – с. 416.
46. Самые известные люди, которые изменили интернет. [Электронный ресурс] Режим доступа URL: [http:// www.adsl.kirov.ru/ projects/ articles/ 2009/03/24/people\\_izvestnie\\_ineta](http://www.adsl.kirov.ru/projects/articles/2009/03/24/people_izvestnie_ineta)
47. Стребков Д.О. Социология Интернета // Экономическая социология (электронный журнал). 2005. Т. 6. №2. – с. 100–115.
48. Таненбаум. Э. С. Компьютерные сети. Четвёртого изд./Э. С. Таненбаум. – СПб.: Питер, 2003. – с. 992.
49. Топ-10 технологий будущего [Электронный ресурс]. Режим доступа URL: <https://www.segodnya.ua/lifestyle/science/top-10-tehnologiy-budushchego-838129.html>
50. Трошенкова М. «Практика использования технологии интернет-исследований» // журнал «Интернет-маркетинг», № 4, 2001. – с. 13-28.
51. Фісенко Т.В. Засоби впливу в соціальних Інтернет-мережах / Т.В. Фісенко // Наук.-вироб. журн. "Держава та регіони". Серія "Соціальні комунікації". – 2012. – № 1. – С. 152–157.
52. Филиппова Т.В Интернет как инструмент социологического исследования// · Социологические исследования. 2001. № 9. – с. 115-124.
53. Филиппова Т. В. «Использование Интернет для социологических исследований». Материалы конференции «Интернет и современное общество» // С-Петербург, 29 ноября – 3 декабря 1999 г. Из-во С-Петербургского университета. – с. 41-42.
54. Философский энциклопедический словарь / ред. кол.: С.С. Аверинцев, Э.А. Араб-Оглы, Л.Ф. Ильичев и др. – второй изд. – М.: Сов. энциклопедия, 1989. – с. 79.
55. Фонд Развития Интернет. Homo Interneticus. Виртуальная личность. – Режим доступа: <http://www.fid.su/museum/hall7/02>.
56. Харчев В. Основы социологии: учебник для студентов средних Специальных учебных заведений. – М.: Логос, 2000. – с. 22.

57. Худая-Гранат М. Феномен сетевой коммуникации – новый вид человеческих отношений или иллюзия интерперсональной связи? // История и современность, №2, сентябрь, 2010. – с. 167-184.
58. Шикин Е.В., Боресков А.В. Компьютерная графика: динамика, реалистичность изображения, М.: Диалог–Мифи, 1996. – 288 с.
59. Шрадер Х. Глобализация, цивилизация и мораль // Журнал социологии и социальной антропологии. – 1999. – т. 1. – № 2.5. – с. 81.
60. Штомпка П. В фокусе внимания – повседневная жизнь. Новый поворот в социологии. // Социс. -2009. -№ 8. С. 68
61. Щуклина Е.А. Теория самообразования: социологический аспект/ Е.А. Щуклина // Общественные науки и современность, 1999. №5. – с. 140-151.
62. Эволюция глобальной сети Интернет: WEB 1.0, WEB 2.0, WEB 3.0, WEB 4.0 [Электронный ресурс] Режим доступа URL: <http://bourabai.kz/dbt/web/evolution.htm>
63. Эволюция Интернета. [Электронный ресурс]. Режим доступа URL: <http://www.evolutionoftheweb.com/?hl=ru>
64. Якоба И.А. Влияние социальных сетей на молодежь // Вестник ИрГТУ, 2011. №3. – с. 143 – 147.
65. 10 людей, которые изменили Интернет [Электронный ресурс]. Режим доступа URL: <http://kak-bog.ru/10-lyudey-kotorye-izmenili-internet>
66. 40 людей, которые изменили Интернет (Часть 2) [Электронный ресурс]. Режим доступа URL: <http://www.share-design.ru/40-lyudej-kotorye-izmenili-internet-chast-2.html>
67. 20 технологий будущего, которые изменят мир в ближайшие 30 лет [Электронный ресурс]. Режим доступа URL: <https://www.livejournal.com/media/609781.html>
68. Becker B., Paethau M. Hrsg. Virtualisierung des Sozialen. Die Informationsgesellschaft zwischen Fragmentierung und Globalisierung. Fr. a.M. – NY, 1997. – p. 300.
69. Bolter J.D. Writing Space. The Computer, Hypertext, and the Remediation of Print., NJ: Lawrence Erlbaum, 2001. – p. 232.



70. Kelly P. Die virtuelle Gesellschaft. Okonomie, Politik und Kultur im Zeichen des Cyberspace. Opladen, 1997. – p. 450.
71. Castells M. The Information Age: Economy, Society and Culture Volum 1: The Rise of the Network Society. 2nd ed. Oxford, UK: Wiley Blackwell, 1996. – p. 406.
72. Digital Sociology: Critical Perspectives / Edited by Kate Orton-Johnson, Nick Prior. – Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2013. – p. 264.
73. Freeman L.C. The development of social Network analysis: a study in the sociology of science. Vancouver, 2004. – p. 3.
74. Gane N., Beer D. New media: the key concepts, Berg Publishers, Oxford, 2008. – p. 160.
75. Hanneman, Robert A. and Mark Riddle. Introduction to social network methods. – Riverside, CA: University of California, Riverside, 2005. – 322 p. (published in digital form at <http://faculty.ucr.edu/hanneman>).
76. Holmwood J. Sociology's misfortune: disciplines, interdisciplinarity and the impact of audit culture / John Holmwood // British Journal of Sociology. – 2010. – № 61(4). – p. 639-658.
77. Huyssen A. Hrsg. Postmoderne. Zeichen eines kulturellen Wandels. Hamburg. 1993. – p. 102.
78. Johnson S. Interface Culture. How New Technology Transforms the Way We Create and Communicate, Harper San Francisco, 1997. – p. 278.
79. Suler D. Human Identity Part 1: Who are you? / Netropolitan life/ 1997. – p. 22.
80. Latour B. Networks, Societies, Spheres: Reflections of an Actor-Network Theorist [Electronic resource] / Bruno Latour // International Journal of Communication. – 2011. – № 5. – p. 796-810.
81. Lopez J., Scott J. Social structure. Buckingham, Philadelphia: Open University Press, 2000. – p. 133.
82. Mehta R., Sivadas, E. Comparing response rates and response content in mail versus electronic mail surveys // Journal of the Market Research Society. 1995. – p. 429-439.

83. Miller D., Horst H. A. *Digital Anthropology* / Daniel Miller, Heather A. Horst. – London: Bloomsbury Academic, 2012. – p. 328.
84. Neustadtl A., Robinson J.P., Kestnbaum M. *Doing social science research online // The Internet in Everyday Life* / Ed. by B. Wellman, C. Haythornthwaite. Oxford, 2002. P. 199; Scott J. *Social Network analysis: a handbook*. L., 2000. P. 2–3.
85. Paid To Click [Электронный ресурс]. Режим доступа URL: [http://ru.wikipedia.org/wiki/Paid\\_To\\_Click](http://ru.wikipedia.org/wiki/Paid_To_Click)
86. Suster M. *Social Networking: The Past* [Электронный ресурс] / M. Suster// TechCrunch. — Режим доступа URL: <http://techcrunch.com/2010/12/03/socialnetworking-past>. — Назва з екрана.
87. Savage M., Burrows R. *The Coming Crisis of Empirical Sociology* [Electronic resource] / Mike Savage, Roger Burrows // *Sociology*. – 2007. – Vol. 41. – №5. – p. 885-900.
88. Scott J. *Social Network analysis: a handbook*. SAGE Publications Ltd., 2011. – p. 7.
89. Suler, J. *The basic psychological features of cyberspace* // J. Suler *The Psychology of Cyberspace*, 2005. – p. 367.
90. *The man becomes immortal* [Электронный ресурс]. Режим доступа URL: <http://content.time.com/time/magazine/article/0,9171,2048299,00.html>
91. Wellman B. *Network analysis: from method and metaphor to theory and substance* // *Social Structures: a Network Approach* / Ed. by B. Wellman, S.D. Berkowitz. N.Y., 1988. – p. 20.

## ДОДАТОК А

**Шановний респонденте!**

Запрошуємо Вас взяти участь у нашому дослідженні  
«Соціальні мережі – за і проти».

Вам буде пропонуватись ряд запитань. Позначте варіант, який найбільше Вам підходить.

**Анкета**

**ПІБ** \_\_\_\_\_.

Ваш вік: \_\_\_\_\_ Посада \_\_\_\_\_.

Ваша стать:

- Чоловіча
- Жіноча

**1. Ваше ставлення до соціальних мереж (Google, Facebook, Twitter, Connect та інших)?**

- Позитивне
- Негативне
- Нейтральне
- Свій варіант \_\_\_\_\_.

**2. В яких соціальних мережах Ви зареєстровані або були зареєстровані (виберіть декілька відповідей)?**

- Facebook
- Twitter
- Не зареєстрований
- Свій варіант \_\_\_\_\_.

**3. Чи користуєтеся Ви послугами електронної пошти?**

- Так
- Ні
- Інколи
- Майже не користуюся
- Свій варіант \_\_\_\_\_.

**4. Для пошуку інформації в Інтернеті, Ви найчастіше використовуєте?**

- Соціальні мережі
- Пошукові сервери (Яндекс, Google, інші)
- Приблизно однаково пункти два перших пункти
- Свій варіант \_\_\_\_\_.

**5. Для передавання даних в Інтернеті Ви найчастіше використовуєте?**

- Соціальні мережі
- Пошукові сервери (Яндекс, Google, інші)
- Приблизно однаково два перших пункти
- Свій варіант \_\_\_\_\_.

**6. Скільки часу щодня Ви проводите в усіх зареєстрованих соціальних мережах вцілому?**

- Менше 1 год.
- 2-4 год.
- 5-7 год.
- Більше 7 год.

**7. Що для Вас є соціальні мережі (виберіть декілька відповідей)?**

- Засіб спілкування
- Джерело цікавої інформації

- Спосіб витрачання часу
  - Місце для розваг
  - Можливість познайомитись з новими людьми
  - Можливість самовираження
  - Свій варіант \_\_\_\_\_.
- 8. Чи потрібно закривати доступ до соціальних мереж в навчальних закладах?**
- Так, обов'язково
  - Ні, не потрібно
  - Частково, в межах розумного
  - Свій варіант \_\_\_\_\_.
- 9. Що корисного є в соціальних мережах для навчання (виберіть декілька відповідей)?**
- Цікава інформація
  - Передавання документів
  - Допомога колег
  - Нічого
  - Свій варіант \_\_\_\_\_.
- 10. Чи вважаєте Ви, що у Вас є «залежність» від соціальних мереж?**
- Так
  - Ні
  - Частково
  - Свій варіант \_\_\_\_\_.
- 11. Якщо випадково станеться, що всі соціальні мережі і тому подібні сайти у Світі закриють, Ви будете ...?**
- Дуже незадоволені
  - Незадоволені
  - Задоволені
  - Мені байдуже
  - Дуже задоволені
  - Свій варіант \_\_\_\_\_.
- 12. Який варіант проведення вільного часу для Вас найбільш прийнятний (виберіть декілька відповідей)?**
- Поспілкуватися в Соцмережах з друзями
  - попрацювати в Інтернеті
  - Додатково підготуватися до занять
  - Переглянути телепередачі по телевізору
  - Почитати книгу
  - Свій варіант \_\_\_\_\_.
- 13. Чи несуть соціальні мережі певну небезпеку (тобто щось негативне, погане) для Вас і суспільства вцілому?**
- Так
  - Ні
  - Частково
  - Свій варіант \_\_\_\_\_.
- 14. Ви відвідуєте соціальні мережі?**
- Щодня
  - Через день або декілька днів
  - Час від часу, коли є вільний час
  - Інколи, дуже рідко
  - Ніколи
  - Свій варіант \_\_\_\_\_.
- 15. Якщо завтра соціальна мережа стане платною, ви продовжите користуватися нею?**

- Так, не залежно від цін
  - Так, якщо ціни будуть помірними
  - Ні, я не збираюся витратити гроші на всілякі дурниці
  - Не знаю, важко відповісти
  - Свій варіант \_\_\_\_\_.
- 16. Чи зможете ви без усякої причини видалити свій профіль у соціальній мережі або просто стерти всю інформацію на ній і ніколи більше не заходити туди?**
- Так, без проблем
  - Ні, там вся необхідна мені інформація та контакти
  - Я що ненормальний, у мене там більше 1000 друзів та рейтинг 500!
  - Не знаю, важко відповісти
  - Свій варіант \_\_\_\_\_.
- 17. Що вас підштовхнуло зареєструватися в соціальній мережі?**
- Друг (подруга)
  - Всі мої друзі там, чим я гірший
  - Цікавість
  - Бажання завести нових друзів
  - Бажання пограти в онлайн-ігри
  - Навчальна чи робоча необхідність
  - Свій варіант \_\_\_\_\_.
- 18. Яку інформацію про себе Ви викладаєте в соціальній мережі?**
- ПІБ, пару своїх фотографій і місце де я навчаюсь (працюю)
  - Викладаю багато фотографій, всю інформацію про себе (інтереси, захоплення, улюблені фільми, тощо.
  - Заповнюю всі поля які там є, навіть якщо деколи вони мене не стосуються
  - Тільки необхідний мінімум
  - Всю або майже всю інформацію про себе вигадую
  - Свій варіант \_\_\_\_\_.
- 19. Чи використовуєте Ви соціальні мережі в своїй професійній діяльності?**
- Так, завжди
  - Так, інколи
  - Ні, не використовую
  - Ніколи не використовую
  - Свій варіант \_\_\_\_\_.

Дякуємо за участь!