

Кількісні характеристики політичного Інтернет-простору України

Марина Табакова,
аспірант кафедри державного управління
і політики зайнятості
Інституту підготовки кадрів
Державної служби зайнятості України

Якщо ви можете вимірювати і зображати в числах те, про що говорите, то про цей предмет ви дещо знаєте; якщо ж ви не можете зробити цього, то ваші пізнання мізерні і незадовільні. Напевно, вони і становлять перший крок дослідження, але навряд чи можна вважати, що ваша думка просунулася до ступеня справжнього знання.

Вільям Томсон лорд Кельвін

У статті розглядаються проблеми становлення і розвитку політичної Інтернет-комунікації в Україні. Одержано кількісні характеристики українських політичних Інтернет-ресурсів за каталогами UA-портал. Оцінюється ступінь проникнення політичної комунікації в Інтернет-простір України.

Вперше політичну систему як інформаційно-комунікативну представив К. Дойч [1]. Далі запропонований ним підхід одержав двояке теоретичне трактування. Так, Ю. Хабермас [2] робив акцент на комунікативних діях і відповідних елементах політики (цінностях, нормах, навчальних діях), подаючи їх як основу соціального і політичного порядку. На противагу цьому Г. Шельски [3] сформулював ідею „технічної держави” (1965 р.), висунувши на перший план не соціальні, а технічні аспекти політичної організації влади.

Сучасний досвід розвитку політичних систем дійсно продемонстрував певні тенденції до зростання ролі техніко-інформаційних засобів в організації політичного життя суспільства. Нові інформаційні та комунікативні технології стають все більш значущим чинником економіки, політики і культури. В сучасному світі найважливішим агентом політичної соціалізації стали засоби масової комунікації [4; 5]. Саме вони

імплементують норми панівної політичної культури у свідомість людини, впливають на процес формування як індивідуальної „картини світу”, так і громадської думки з найважливіших політичних проблем.

Сьогодні засобом масової комунікації, який найбільш динамічно розвивається, але ще є слабо передбачуваним за своїм соціальним і політичним впливом, став Інтернет.

З точки зору управління, мережеві ресурси Інтернету повністю децентралізовані, внаслідок чого кожен учасник цієї комунікації на своєму сервері або сайті може вільно розміщувати будь-яку інформацію у будь-якому порядку за умови, що вона технічно сумісна з протоколами, які підтримуються мережевими службами. Єдиними органами управління в мережі є хостингові компанії, які надають клієнтам умовні електронні адреси у вигляді словесного (символьного) коду. Відвідувачам мережі доступна не лише величезна кількість інформації, розміщеної на сайтах, але й дається можливість спілкуватися у реальному часі за допомогою форумів, чатів, мультимедійних діалогових агентів та інших засобів.

Своє значення як засіб соціальної комунікації, у тому числі і в політичній сфері, Інтернет набуває у міру збільшення кількості користувачів мережі. Дослідження ролі Інтернет-комунікацій в багатьох країнах свідчать, що якісні зміни впливу телекомунікаційних мереж на життя суспільства проявляються після того, як кількість користувачів перевищить 15 % населення країни [6].

За аналітико-статистичними даними рейтингової системи Bigmir (<http://www.bigmir.net>), українська аудиторія Інтернету у серпні 2008 року склала понад 8 мільйонів осіб. У це число входять унікальні Інтернет-користувачі, що зробили більше одного перегляду web-сторінок за поточний місяць, і користувачі, які проглядали Інтернет-сторінки в попередній період. Таким чином, можна констатувати, що нині понад 17 % населення країни використовують Інтернет як джерело інформації і засіб комунікації.

Проникнення Інтернет-технологій в політику є складним і суперечливим процесом. Умовно його можна поділити на два етапи. Перший етап – інформаційний. Суть його полягає в проникненні в мережу політичної інформації. Ця інформація представлена переважно на сайтах політичних партій, громадських організацій, окремих політичних діячів, електронних газет і журналів, а також в Інтернет-виданнях аналітичних і дослідницьких організацій. Другий етап пов'язаний з медіатизацією політики і спробою використовувати Інтернет як інструмент політичної комунікації і політтехнологій.

Найбільш поширеним джерелом політичної інформації в мережі є електронні засоби масової інформації. Вони, у порівнянні з традиційними ЗМІ, мають чимало переваг. Це і дешевизна, і доступність для користувача, і швидкість, інтерактивність, глобальність, вибірковість тощо.

Основна тенденція розвитку Інтернету в регіонах України – активне

використання мережевих ресурсів регіональними політичними акторами і електронними ЗМІ. Серед учасників регіональної політичної Інтернет-комунікації можна виокремити такі основні політичні сили регіонів: органи державної влади, політичні партії, суспільно-політичні об'єднання, засоби масової інформації, політичні лідери.

Таблиця 1
Загальна кількість
Інтернет ресурсів
в регіонах України
за серпень 2008 року

№ п/п	Регіон	К
1	Київ	11908
2	Харків	1617
3	Дніпропетровськ	1525
4	Одеса	1349
5	Крим	1045
6	Донецьк	989
7	Львів	929
8	Запоріжжя	679
9	Луганськ	354
10	Миколаїв	321
11	Вінниця	320
12	Херсон	309
13	Полтава	291
14	Черкаси	276
15	Івано-Франківськ	263
16	Закарпаття	262
17	Рівне	224
18	Хмельницький	212
19	Чернівці	209
20	Суми	196
21	Волинь	191
22	Кіровоград	187
23	Чернігів	183
24	Житомир	181
25	Тернопіль	174
К - загальна кількість Інтернет-ресурсів		

Полтава – 291, Черкаси – 209, Івано-Франківськ – 263, Закарпаття – 262, Рівне – 224, Хмельницький – 212, Чернівці – 209, Суми – 196, Волинь – 191, Кіровоград – 187, Чернігів – 183, Житомир – 181, Тернопіль – 174. За

Українська політична Інтернет- комунікація, яка перебуває у процесі становлення, викликає особливий інтерес політиків і у зв'язку з цим потребує дослідження її кількісних характеристик та їх оцінки.

Завдання нашого дослідження полягало у визначенні рейтингових показників рівня політизації Інтернет- простору регіонів на підставі даних Інтернет-сервера Український каталог сайтів - Український портал (<http://www.uaportal.com>), який на сьогодні є першим проектом, що являє собою центральний універсальний портал українського Інтернету.

За даними каталогу ми визначили загальну кількість зареєстрованих в кожному регіоні сайтів (К), кількість регіональних електронних ЗМІ (З) і кількість політичних Інтернет-ресурсів у регіонах (П).

За загальною кількістю регіональних Інтернет-ресурсів К (**таблиця 1**) лідирує Київ – 11908, далі йдуть: Харків – 1617, Дніпропетровськ – 1525, Одеса – 1349, Крим – 1045, Донецьк – 989, Львів – 929, Запоріжжя – 679, Луганськ – 354, Миколаїв – 321, Вінниця – 320, Херсон – 309,

даними каталогу, кількість регіональних електронних ЗМІ (З) найбільше зареєстровано в регіоні Київ - 267 (таблиця 2), другу позицію посідає регіон Дніпропетровськ - 34, третя позиція належить регіону Донецьк - 32.

Таблиця 2
Кількість регіональних Е-ЗМІ

№ п/п	Регіон	К	З
1	Київ	11908	267
2	Дніпропетровськ	1525	34
3	Донецьк	989	32
4	Крим	1045	28
5	Львів	929	28
6	Одеса	1349	28
7	Харків	1617	28
8	Запоріжжя	679	25
9	Закарпаття	262	17
10	Полтава	291	12
11	Тернопіль	174	12
12	Вінниця	320	11
13	Івано-Франківськ	263	11
14	Кіровоград	187	10
15	Миколаїв	321	10
16	Рівне	224	10
17	Чернівці	209	9
18	Луганськ	354	8
19	Херсон	309	8
20	Волинь	191	7
21	Суми	196	7
22	Хмельницький	212	7
23	Черкаси	276	7
24	Житомир	181	4
25	Чернігів	183	2

К - загальна кількість Інтернет-ресурсів
З - кількість регіональних Е-ЗМІ

Якщо порівняємо дані таблиць 1 і 2, то побачимо, що, наприклад, регіон Донецьк за рейтингом загальної кількості регіональних сайтів (таблиця 1) посідає шосте місце, тоді як за рейтингом кількості Е-ЗМІ (таблиця 2) цей регіон міститься на третій позиції.

У регіонах Крим, Львів і Одеса зареєстровано по 28 електронних ЗМІ. Регіон Черкаси за рейтингом загальних регіональних сайтів посідає 14 позицію, а за кількістю регіональних Е-ЗМІ – 23. Кіровоград, навпаки, за рейтингом за загальною кількістю регіональних сайтів – на 23 місці, а за рейтингом за кількістю регіональних електронних ЗМІ – на 14 позиції. Порівняльний аналіз даних таблиць 1 і 2 показує, що рівень проникнення Е-ЗМІ в регіональний Інтернет-простір для кожного регіону буде різним, а визначити його можна

за часткою електронних ЗМІ в загальній кількості сайтів для кожного регіону.

Нами були визначені частки електронних ЗМІ (З/К) в загальній кількості сайтів для кожного регіону. Значення З/К ми інтерпретували як показник рівня проникнення регіональних електронних ЗМІ в

регіональний Інтернет-простір. Одержані дані (таблиця 3) показують, що найбільше електронних ЗМІ представлено в регіональному Інтернет-просторі Тернополя, Закарпаття і Кіровограда, а найменше в Інтернет-просторі Чернігова, Харкова, Одеси.

Таблиця 3
Частка Е-ЗМІ в загальній кількості
регіональних сайтів

№ п/п	Регіон	К	З	З/К
1	Тернопіль	174	12	6,89
2	Закарпаття	262	17	6,48
3	Кіровоград	187	10	5,34
4	Рівне	224	10	4,46
5	Чернівці	209	9	4,3
6	Івано-Франківськ	263	11	4,18
7	Полтава	291	12	4,12
8	Запоріжжя	679	25	3,68
9	Волинь	191	7	3,66
10	Суми	196	7	3,57
11	Вінниця	320	11	3,43
12	Хмельницький	212	7	3,3
13	Донецьк	989	32	3,23
14	Миколаїв	321	10	3,11
15	Львів	929	28	3,01
16	Крим	1045	28	2,67
17	Херсон	309	8	2,58
18	Черкаси	276	7	2,53
19	Луганськ	354	8	2,25
20	Київ	11908	267	2,24
21	Дніпропетровськ	1525	34	2,22
22	Житомир	181	4	2,2
23	Одеса	1349	28	2,07
24	Харків	1617	28	1,73
25	Чернігів	183	2	1,09

К - загальна кількість Інтернет-ресурсів
З - кількість регіональних Е-ЗМІ
З/К - частка Е-ЗМІ в загальній кількості сайтів регіону

У каталозі UA-портал в розділі „Політика” представлені сайти категорій „Громадські організації і фонди”, „Вибори і виборці”, „Місцева влада”, „Партії і течії”, „Персоналії”, „Політичні об'єднання”, „Політновини” (таблиця 4).

Наприклад, у регіоні Вінниця в розділі „Політика” зареєстровано 7 сайтів, з них в категоріях „Місцева влада” - 3 сайти, „Громадські організації і фонди” - 2 сайти, „Вибори і виборці” - 1 сайт, „Політновини” - 1 сайт. Волинський регіон представлений в розділі „Політика” одним сайтом - „Місцева влада”.

У регіоні Дніпропетровськ - „Місцева влада” - 5 сайтів, „Громадські організації і фонди” - 10 сайтів, „Політновини” - 2 сайти, „Персоналії”, „Вибори і виборці”, „Партії і течії” - по одному сайту.

За загальною кількістю політичних сайтів (таблиця 4) в регіоні (П) лідирує Київ - 189, на другому місці

Харків - 29, який в рейтингу за кількістю електронних ЗМІ (З) (таблиця 3) на 7 позиції. У регіональному Інтернет-просторі Дніпропетровська 20 політичних сайтів. Найменше регіональних політичних сайтів представлено

Марина Табакова

в регіонах Волинь, Суми, Хмельницький. За даними таблиць 1, 3 і 4 ми визначили частки електронних ЗМІ і політсайтів в Інтернет-просторі кожного регіону (З&П/К) (таблиця 5). Значення З&П/К інтерпретується нами як показник рівня проникнення Е-ЗМІ і політичних Інтернет-ресурсів в Інтернет-простір регіону.

Таблиця 4

Кількість Е-ЗМІ і політсайтів в регіональному Інтернет просторі

№ п/п	Регіон	Всього	Е-ЗМІ	Політика								
				Всього	Місцева влада	Громадські організації	Фонди	Вибори і виборці	Партії і течії	Персоналії	Політичні об'єднання	Політновини
	Вінниця	320	11	7	3	2	1					1
	Волинь	191	7	1	1							
	Дніпропетровськ	1525	34	20	5	10	1	1	1			2
	Донецьк	989	32	14	1	7	1	3	2			
	Житомир	181	4	9	4	2				1	2	
	Закарпаття	262	17	12	6	3		1	1			1
	Запоріжжя	679	25	5	2	1		1				1
	Івано-Франківськ	263	11	8	3	2				2	1	
	Київ	11908	267	189	33	86	6	28	16	11		9
	Кіровоград	187	10	12	4	7			1			
	Крим	1045	28	7	2	3	1				1	
	Луганськ	354	8	11	3	4		2		1		1
	Львів	929	28	17	2	11		4				
	Миколаїв	321	10	5		2	1	1				1
	Одеса	1349	28	14	2	7		5				
	Полтава	291	12	11	5	5		1				
	Рівне	224	10	7	5	2						
	Суми	196	7	3	1	2						
	Тернопіль	174	12	3	2	1						
	Харків	1617	28	29	6	14		7	2			
	Херсон	309	8	9	2	4	1	1				1
	Хмельницький	212	7	4	2	2						
	Черкаси	276	7	5		4		1				
	Чернігів	183	2	12	4	5	1	1				1
	Чернівці	209	9	6	4	2						
	Всього	24194	622	420	102	188	13	57	26	16		18

Аналізуючи дані таблиці 5, можемо зробити висновок, що рівень проникнення Е-ЗМІ і політичних Інтернет-ресурсів в Інтернет-простір регіону найбільше значення має для регіонів Кіровограда, Закарпаття

і Тернополя, а для регіонів Одеса, Крим, Харків і Дніпропетровськ цей показник найменший.

Таблиця 5

**Частка політсайтів і Е-ЗМІ
в загальній кількості регіональних сайтів**

№ п/п	Регіон	К	З&П	З&П/К
1	Кіровоград	187	22	11,7
2	Закарпаття	262	29	11
3	Тернопіль	174	15	8,6
4	Полтава	291	23	7,9
5	Чернігів	183	14	7,6
6	Рівне	224	17	7,5
7	Івано-Франківськ	263	19	7,2
8	Житомир	181	13	7,1
9	Чернівці	209	15	7,1
10	Вінниця	320	18	5,6
11	Херсон	309	17	5,5
12	Луганськ	354	19	5,3
13	Хмельницький	212	11	5,1
14	Суми	196	10	5,1
15	Львів	929	45	4,8
16	Миколаїв	321	15	4,6
17	Донецьк	989	46	4,6
18	Запоріжжя	679	30	4,4
19	Черкаси	276	12	4,3
20	Волинь	191	8	4,1
21	Київ	11908	456	3,8
22	Дніпропетровськ	1525	54	3,5
23	Харків	1617	57	3,5
24	Крим	1045	35	3,3
25	Одеса	1349	42	3,1

Таким чином, кількісний аналіз політичних Інтернет-ресурсів і Е-ЗМІ регіонів України дозволяє зробити висновок, що найбільш розвиненою є політична Інтернет-комунікація в регіонах Київ, Харків і Дніпропетровськ, а найінтенсивніше вона розвивається в регіонах Тернопіль, Закарпаття і Кіровоград.

Література:

1. **Deutsch K. W.** Politische Kybernetic: Modelle und Perspektiven. – Freiburg, 1969.
2. **Хабермас Ю.** Моральное сознание и коммуникативное действие. – СПб.: Наука, 2000. – 377 с.
3. **Грачєв М. Н.** Политическая коммуникация: теоретические концепции, модели, векторы развития – М.: Прометей, 2004. – 328 с.
4. **Богомолова Н. Н.** Социальная психология печати, радио и телевидения

Марина Табакова

– М.: МГУ, 1991. – 127 с.

5. **Андреева Г. М.** Социальная психология: Учеб. для вузов. – М.: Аспект-Пресс, 2000. – 373 с.

6. **Киселев А. А.** Политическое участие в Интернете. Автореферат дис. ... канд. полит. наук – Краснодар, 2007.