

УДК 316.772

Н.Бойко,
кандидат соціологічних наук

ІНТЕРНЕТ ЯК ФАКТОР САМОРЕГУЛЯЦІЇ ПОВЕДІНКИ КОРИСТУВАЧІВ В УМОВАХ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ

Розглядається сучасний фактор регуляції соціальної поведінки в суспільстві, пов'язаний з появою нової соціальної реальності – Інтернет-мережі. Аналізуються можливості саморегуляції соціальної поведінки користувачів в умовах соціально-економічної кризи.

Keywords: *users of the Internet, social regulation, social behavior.*

Ключові слова: *користувачі Інтернету, соціальна регуляція, соціальна поведінка.*

Ключевые слова: *пользователи Интернета, социальная регуляция, социальное поведение.*

Актуальність вивчення детермінант соціальної регуляції в умовах соціально-економічної нестабільності видається важливою й актуальною у зв'язку з подальшим ускладненням соціального світу і процесів соціальної взаємодії в сучасному суспільстві.

Існування в ситуації соціально-економічної нестабільності, характерне для нашого суспільства, на наш погляд, призводить до зростання значущості внутрішніх стимулів і мотивів життєдіяльності, а роль зовнішніх чинників регуляції соціальної поведінки знижується. Таким чином це приводить до того, що соціальна регуляція на особистісному рівні – рівні самоорганізації та саморегуляції окремого індивіда – отримує вирішальні позиції в загаль-

ній структурі регулятивних процесів. Соціальна регуляція “знизу”, “горизонтальна регуляція” починає відігравати істотну роль у житті суспільства. У таких умовах основний потенціал соціальної регуляції концентрується в соціокультурних, неформалізованих інституціонально нормах і правилах. Зростає значущість особистісного чинника в соціальній регуляції, значущість саморегулювання, суб’єкт-суб’єктного регулювання. Сьогодні вже стає не ефективним розгляд проблем соціальної регуляції у рамках упорядковуючої діяльності суб’єкт-об’єктних відносин жорсткої вертикальної структури регуляції “згоридонизу”.

Сучасна соціальна ситуація передбачає переосмислення розуміння соціальної регуляції виходячи з нових соціальних умов і детермінант її реалізації та вимагає активації діяльності суб’єктів соціальної дії на основі їх самоорганізації та саморегуляції. Така соціальна регуляція передусім підпадає під вплив соціокультурних норм і цінностей неінституціонального характеру і неформального змісту, що відбивається на свідомості й поведінці людей.

Така зміна системи соціальної регуляції детермінується і появою нової соціальної реальності – ІКТ (інформаційно-комунікаційних технологій), що визначає нові тенденції соціальної організації та регуляції в суспільстві, надаючи індивідам порівняно ширші можливості саморегуляції на основі рівноправної суб’єкт-суб’єктної взаємодії.

Дійсно, сьогодні людство упевнено вступило в XXI ст. В умовах глобальних змін, що охопили усю світову спільноту, – ускладнення життя та прискорення його ритмів, революції в сфері засобів масової інформації, інтеграції світової економіки та фінансів, формування інформаційної парадигми соціально-економічного розвитку, розширення міжнародних політичних, економічних та культурних контактів – прискорюється обмін нормами і цінностями, виробляються нові принципи і норми соціальної взаємодії; з’являються нові суб’єкти, засоби та форми

соціальної регуляції – зростає значущість особистісного чинника в регулюванні соціальної поведінки.

Сучасне інформаційне суспільство – це складна динамічна система. Це система, в якій соціальний простір характеризується мультисуб'єктністю, інтерактивністю, діалогічністю, наявністю рівноцінних та незалежних один від одного учасників. Це система, в якій традиційні форми відтворення та трансляції норм і цінностей, моделей взаємодії і взаємовпливу, що ще учора здавалися непорушними і сталими, значно змінюються. Новий час пропонує і нові форми та засоби відтворення і трансляції норм та цінностей, що опосередковують соціальну поведінку. І одним із таких нових засобів є Інтернет. Посилення ролі ЗМІ, поява значної кількості соціальних посередників, передусім завдяки новітній комп'ютерній техніці – усе це надає регулюванню соціальної поведінки особистості нового звучання.

Сьогодні дедалі більше молодих людей стають активними користувачами Інтернету. Він робить дедалі вагоміший внесок не лише в розширення знань молоді про навколишній світ, а й у процес трансляції певних соціальних норм і цінностей, формування моделей соціальної поведінки і правил соціальної взаємодії. Більше того, завдяки інтерактивності своєї технологічної складової Інтернет виступає також “місцем відтворення” цих норм, цінностей, моделей поведінки тощо.

Зауважимо, що, окрім об'єктивного збільшення кількості користувачів Інтернету, передусім приросту молодіжної аудиторії, актуальність дослідження саме Інтернет-середовища, пов'язана і з такою його особливістю, як невизначеність. Це дає підстави говорити про Інтернет як про невизначене середовище, основними характеристиками якого є невизначеність соціальних норм і різноманітність середовищ спілкування та видів діяльності. Саме ці риси роблять Інтернет зручним об'єктом для вивчення детермінант поведінки в нестабільному середовищі в цілому.

Зазначимо, що загальними критеріями успішності регулювання соціальної поведінки в ситуації нестабільності виступає суб'єктивне самооцінювання можливості позитивного вирішення ситуації, позитивний емоційний стан, наявність можливостей для подальшого розвитку, позитивне ретроспективне оцінювання майбутнього.

К. Левін, досліджуючи індивідуальні особливості стратегій адаптації до зміни ситуації, визнавав *важливість соціального контексту* як потужного стимулятора або засобу обмеження поведінки [1].

Входження в певну соціальну зону, зокрема сучасних ІКТ (інформаційно-комунікаційних технологій) і долучення до Інтернет-мережі, на наш погляд, розширює поле самореалізації та виступає потужним засобом саморегуляції поведінки користувача в умовах соціально-економічної нестабільності, підсилених загальносвітовою кризою.

Результати попередніх досліджень засвідчили, що користувачі Інтернету мають різноманітніший (насиченіший) стиль життя порівняно з іншими групами [2]. Можна припустити, що це, з одного боку, робить їх більш вразливими в умовах соціально-економічної нестабільності (будучи задіяними в більш різноманітних сферах життя, вони мають більше можливостей зіткнутися з проблемами в різних сферах), з другого – розширює шляхи подолання такої ситуації.

Результати нашого дослідження підтверджують ці припущення. Говорячи про вразливість, слід зауважити, що група користувачів демонструє сильнішу ураженість *кризою*. Так, проблеми, пов'язані зі скороченням обсягів виплат заробітної плати (пенсії) відчують 36,6% користувачів проти 29,8% серед некористувачів; проблеми, пов'язані з труднощами з поверненням узятого в банку кредиту відчують 22,7% користувачів проти 15% серед некористувачів; труднощі з поверненням свого внеску в банк відповідно 12,8% проти 8,5% (*табл. 1*).

Водночас користувачі більш оптимістичні в оцінці можливостей подолання ситуації нестабільності. Так, 57,3%

Таблиця 1

Розподіл відповідей на запитання “Що з нижче переліченого торкнулося Вас чи кого-небудь із членів Вашої родини під час нинішньої економічної кризи в Україні?” (N=1793, %)

	<i>Некористувачі</i>	<i>Користувачі Інтернету</i>	<i>Загалом по Україні</i>
Звільнення (скорочення) з роботи	21,4	19,8	20,8
Невиплата чи виплата в неповному обсязі заробітної плати (пенсії)	29,8	36,6	32,1
Труднощі з поверненням узятото в банку кредиту	15,0	22,7	17,6
Труднощі з поверненням свого внеску в банк	8,5	12,8	10,0
Скорочення споживання продуктів харчування	53,6	42,7	51,5
Зменшення покупок одягу, взуття, інших речей	58,4	65,6	61,8
Зниження якості комунальних послуг (забезпечення гарячою водою, опалення тощо)	18,0	20,9	19,4
інше (напишіть)	2,8	4,2	3,5
Нічого не торкнулося	7,0	7,5	6,7

користувачів Інтернету вважають, що до 2020 р. ситуація в країні поліпшиться, і лише 20,8% вважають, що ситуація погіршиться (серед некористувачів 46,4% та 22,7% відповідно).

Користувачі активно будують плани на найближчий час. Так, вони налаштовані протягом найближчих двох–трьох років поліпшити матеріальне становище (61,9% проти 39,8% серед некористувачів), поліпшити якість проведення вільного часу (36,6% проти 15,1% серед некористувачів), підвищити професійну кваліфікацію (освітній рівень) (30,6% проти 5,3% серед некористувачів), змінити роботу на престижнішу (високооплачувану) (26,2% проти 10,6% серед некористувачів), створити (розширити) власний бізнес (18,1% проти 3% серед некористувачів) (табл. 2).

Таблиця 2

**Розподіл відповідей на запитання “Чи є у Вас намір
протягом найближчих двох-трьох років здійснити таке..?”
(N= 1792, %)**

	<i>Некорис- тувачі</i>	<i>Користу- вачі Інтернету</i>	<i>Загалом по Україні</i>
Створити (розширити) власний бізнес	3,1	18,1	8,0
Змінити роботу на більш престижну (високооплачувану)	10,6	26,2	16,1
Піднятися службовими сходами	3,0	18,3	7,4
Підвищити професійну кваліфікацію (освітній рівень)	5,3	30,6	13,2
Досягти успіхів у професійній сфері в інший спосіб	3,6	11,5	6,0
Обійняти певну виборну посаду	1,7	2,9	2,1
Поліпшити житлові умови	23,3	35,0	28,5
Поліпшити матеріальне становище	39,8	61,9	48,2
Поліпшити якість проведення вільного часу (відпочинку)	15,1	36,6	22,0
Поліпшити своє соціальне становище в інший спосіб (напишіть)	4,7	3,5	4,5
Намагатимусь зберегти соціальне становище, яке маю	39,4	20,3	33,0
Інше (напишіть)	1,0	1,3	1,0
Важко відповісти	18,4	5,1	13,8

Як засвідчують результати нашого дослідження, користувачі обирають для себе активніші поведінкові стратегії. Так, з тих мешканців України, хто втратив роботу, 64,5% користувачів зазначають, що шукатимуть роботу, поки не знайдуть, тобто обирають активно-дієву стратегію розв’язання проблеми (серед некористувачів таких 58,3%). Пасивну стратегію адаптації, яка виявляється у відсутності планів на майбутнє у разі втрати роботи, частіше обирають некористувачі – 30% проти 17,2% в групі користувачів Інтернету.

Таблиця 3

**Розподіл відповідей на запитання
“З якою метою Ви використовуєте Інтернет?” (%)**

Варіанти відповідей	2006 N=293	2007 N= 340	2009 N=452	2010 N=544
Знайомлюся з останніми новинами, поточною інформацією	38,8	39,4	47,8	49,1
Шукаю інформацію для навчання/підвищення кваліфікації	36,5	38,5	42,7	39,3
Просто блукаю по мережі	20,5	15,3	21,2	28,3
Спілкуюсь у чатах, іСQ, соціальних мережах (“Однокласники”, “В контактi” тощо)	16,4	17,9	36,7	37,1
Беру участь у форумах, конференціях	7,8	4,4	6,2	8,3
Користуюся електронною поштою	28,3	35,6	47,8	48,2
Шукаю інформацію, потрібну для виконання професійних обов’язків	35,6	40,0	40,0	35,1
Знаходжу й читаю/переписую у свою електронну бібліотеку художні книги	6,4	7,4	9,1	11,4
Шукаю інформацію на теми, які мене цікавлять (кулінарія, автомобілі, садівництво, спорт, живопис тощо)	33,8	30,9	48,7	43,6
Шукаю інформацію про вакансії, можливості працевлаштування	*	*	18,8	25,0
Знаходжу й слухаю/переписую музику, фільми	22,4	24,7	33,4	39,5
Граю в комп’ютерні ігри он-лайн	*	*	14,4	20,4
Шукаю однодумців, партнерів для реалізації нових ідей, проектів, ініціатив	*	*	5,1	6,8
Спілкуюсь за допомогою спеціальних програм (Скайп, Сіпнет тощо)	*	*	11,5	17,3
Шукаю інформацію про товари/послуги	14,2	14,7	19,9	28,5
Здійснюю покупки он-лайн	2,7	2,6	5,1	7,0
Підробляю (створюю сайти на замовлення, поширюю рекламу тощо)	2,3	1,5	1,5	3,3
Відвідую сайти державних, громадських структур тощо	*	*	10,6	12,7
Інше (напишіть)	2,7	0,9	1,1	0,6

* Цей варіант відповіді в запитанні того року не надавався

Більше того, дослідження засвідчило, що українські користувачі в умовах соціально-економічної нестабільності, яка підсилилась і загальносвітовою кризою, стали активніше використовувати Інтернет-мережу для реалізації своїх планів та інтересів (табл. 3).

Дійсно, у новітніх ІКТ закладені певні ресурси (недосяжні поза Інтернет-мережею), які розширюють способи та засоби розв'язання проблем, у тому числі породжуваних перебуванням в умовах соціально-економічної нестабільності, та збільшують шанси активно-позитивної саморегуляції та оптимізації поведінкових стратегій. Так, використання Інтернету забезпечує можливості: пошуку роботи (вакансій) через Інтернет-мережу, що збільшує ресурси активного самостійного вирішення ситуації; одержання роботи безпосередньо в мережі за новими професіями, які з'являються з появою Інтернету, що реально збільшує кількість імовірних видів заробітку, розширюючи індивідуальне поле варіантів подолання проблем (наприклад, веб-дилер, веб-дизайнер тощо); здійснення купівлі-продажу товарів через Інтернет-мережу, що дає змогу зекономити час та кошти, зокрема на оренду офісу або вартості товару тощо; пошуку партнерів (замовників), налагодження зв'язків для реалізації своїх інтересів, що розширює й комунікативно-виробничі резерви користувачів; організації та розвитку бізнесу (Інтернет – це місце, де можна стартувати з порівняно невеликим початковим капіталом); оперативного зв'язку через мережу (користування електронною поштою, Скайпом економить і час, і кошти); збільшує можливості збирання необхідної інформації, що запобігає імовірним ризикам і негативним наслідкам розвитку подій або мінімізує їх (відстеження різних аспектів розвитку подій для прийняття оптимального рішення), зокрема щодо здійснення певних фінансових, економічних кроків або ризику бути обдуреним несумлінними роботодавцями, продавцями або партнерами тощо; нарешті можливість просто відпочити, зняти емоційну та психологічну напруженість, що збільшує шанси зняття психологічних наслідків впливу кризи (спілкування, гра,

заняття улюбленою справою тощо). Можливо, саме це й допомагає українським користувачам Інтернет-мережі переживати перманентний процес соціально-економічної нестабільності легше, аніж їх позамережевим співгромадянам, дає змогу ширше мобілізувати власні життєві ресурси, а не чекати розв'язання своїх проблем від інших. Інтернет дає можливість забезпечити користувачам розширення індивідуальних можливостей регуляції своєї поведінки задля подолання дискомфорту, пов'язаного з впливом умов соціально-економічної нестабільності. Не користувачі ж фактично позбавлені цього потужного допоміжного ресурсу. Проте українців, які існують поза мережею, з кожним роком меншає.

Інститут соціології НАН України, починаючи з 1992 р., здійснює соціологічний моніторинг соціального стану українського суспільства. А починаючи з 2002 р., ми регулярно проводимо і моніторинг з питань розвитку інформаційного суспільства та інформатизаційних процесів в Україні (вибірка становить 1200 осіб та репрезентує доросле населення України за основними соціально-демографічними ознаками – вік, стать, освіта, тип поселення тощо).

Результати нашого соціологічного моніторингу фіксують упевнене зростання кількості українських користувачів Інтернету. Якщо 2002 р. за результатами дослідження було зафіксовано лише трохи більше 4% користувачів Інтернету, а 2006 р. – майже 15%, то у березні 2010 р. ним користувалися вже понад 30% мешканців України. Сьогодні Інтернет стає повсякденною практикою соціального буття пересічного українця, і темпи долучення до мережі зростають з кожним роком. Причому результати дослідження засвідчують, що якщо раніше користування Інтернетом вважалося переважним пріоритетом виключно молодіжної когорти українців, то сьогодні ситуація суттєво змінюється. Інтернет активно освоюють представники різних вікових груп українців. Уже недоречною стає думка про те, що Інтернет – це сфера виключно молодих, і його дослідження – це вивчення суто молодіжної аудиторії. Сьогодні значне збільшення Інтернет-активності спосте-

рігається і серед тридцятирічних, і серед сорокарічних українців. Упевнено освоюють мережу й мешканці України віком понад 45 років.

Звичайно, й сьогодні молодіжна група віком до 25 років лідирує серед українських користувачів, але українці інших вікових груп активно засвоюють Інтернет-технології, демонструючи значну динаміку зростання упродовж усього періоду нашого дослідження. Так, у 2010 р. зазначали, що користуються Інтернетом понад 62% молоді, близько 42% українців середнього віку і навіть 23% українців, які найближчим часом збираються на пенсію. Серед українських пенсіонерів поки що користуються Інтернетом лише 8%.

Слід також зазначити, що сьогодні динамічно змінюються не тільки вікові характеристики української Інтернет-аудиторії, а й її територіальні характеристики. Інтернет-простір активно засвоюється не лише мешканцями столиці, а й мешканцями інших типів поселень. Проживання у столиці і навіть у великому місті сьогодні перестає бути виключною умовою долучення до Інтернет-мережі. Так, 2010 р. зазначали, що користуються Інтернетом 56% киян, 39% мешканців великих міст та 38% жителів невеликих міст. Водночас слід зазначити, сьогодні Інтернетом користуються лише 11% мешканців українських сіл. Динаміка долучення українського села до всесвітньої мережі Інтернет, безумовно, позитивна. Так, 2002 р. у селах було не більше 1% користувачів Інтернету, а 2006 р. уже понад 5%. Проте, звичайно, слід зазначити, що темпи розвитку інформаційно-комунікаційних технологій у сільській місцевості бажають кращого і за кількістю, і за якістю послуг, і за ознаками оптимізації цінової політики щодо підключення, тарифних розцінок та пільг певним верствам населення. Слід також формувати і заохочувати й розвиток Інтернет-культури користувачів, зокрема в питаннях якісного використання мережі. Щоб переважним інтересом користувача в мережі були не лише ігри або музика, фільми. Щоб український користувач засвоював й якісно нові можливості, які надає Інтернет та які дають

змогу долати географічні, соціальні та фінансові кордони й отримувати інформаційні ресурси, зв'язки та послуги, недосяжні для них без використання всесвітньої мережі. На жаль, ця проблема також передусім є проблемою користувачів, що мешкають у невеликих за кількістю територіальних поселеннях, які ще не розкрили та не засвоїли той спектр можливостей та переваг, який надає їм доступ до мережі Інтернет, доступ до глобальних ресурсів та глобальної комунікації.

Сьогодні також змінюються й пріоритетні місця користування Інтернетом. Так, ще п'ять–десять років тому основним місцем користування Інтернетом було робоче місце або Інтернет-клуб. Останні ж тенденції щодо основних місць використання Інтернету засвідчують, що сьогодні найчастіше українські користувачі мережі використовують Інтернет вдома. Так, за результатами нашого дослідження, у 2010 р. понад 70% українських користувачів зазначили, що користуються Інтернетом удома. Крім того, сьогодні серед українських користувачів Інтернету вже більш як дві треті зазначають, що користуються послугами мережі регулярно. Наприклад, у 2010 р. 67,3% опитаних зазначили, що користувалися Інтернетом упродовж останніх 30 днів, а 42,5% – що також регулярно користуються електронною поштою. І ці тенденції, на наш погляд, можна вважати вирішальними для переходу на вже якісно новий щабель освоєння Інтернет-мережі. Дійсно, “домашнє користування” має значно ширші можливості та дає змогу користувачеві реалізовувати будь-які власні, приватні інтереси, перебуваючи в мережі без обмежень та застережень, які можуть виникнути при користуванні Інтернетом на робочому місці або в Інтернет-кафе (наприклад, заборони керівництва, обмеження доступу до певних Інтернет-ресурсів, обмеження часу користування тощо).

Загалом, сьогодні вже відбуваються значні якісні зміни у використанні Інтернет-мережі українцями. Підвищується загальна активність перебування в мережі, урізноманітнюються інтереси користувачів, а також форми та цілі використання Інтернет-мережі. Це і ознайомлення з остан-

німи новинами, поточною інформацією; і пошук інформації для навчання/підвищення кваліфікації та інформації за інтересами; користування електронною поштою; спілкування в мережі; пошук інформації про товари/послуги та покупки он-лайн; відвідування сайтів державних, громадських структур; пошук однодумців, партнерів для реалізації нових ідей, проектів, ініціатив тощо.

Так, за результатами нашого дослідження, 49% українських користувачів знайомляться в мережі з останніми новинами, поточною інформацією; 39% шукають інформацію для навчання/підвищення кваліфікації; 35% – інформацію, потрібну для виконання професійних обов'язків; 25% – інформацію про вакансії, можливості працевлаштування; 13% відвідують сайти державних, громадських структур тощо; 44% відстежують інформацію на теми, які цікавлять (кулінарія, автомобілі, садівництво, спорт, живопис тощо); 11% знаходять і читають/переписують у свою електронну бібліотеку художні книги; 40% знаходять й слухають/переписують музику, фільми; 37% спілкуються в чатах, iCQ, соціальних мережах (“Однокласники”, “В контакті” тощо); 28% просто блукають мережею; 20% грають у комп'ютерні ігри он-лайн; 8% беруть участь у форумах, конференціях; 7% шукають однодумців, партнерів для реалізації нових ідей, проектів, ініціатив; 29% – інформацію про товари/послуги; 7% здійснюють покупки он-лайн; 48% користуються електронною поштою; 17% спілкуються за допомогою спеціальних програм (Скайп, Сіпнет тощо).

Сьогодні українці в Інтернеті і працюють, і навчаються, і спілкуються, і відпочивають. Інтернет стає надійним супутником сучасного життя. Підключившись до всесвітньої мережі, пересічний українець вже не уявляє свого життя без послуг і можливостей, які вона забезпечує.

Усі означені тенденції, виявлені в нашому дослідженні, простежуються вже протягом не одного року, що дає змогу виходити й на якісно новий щабель дослідження Інтернету та стверджувати, що пересічний українець впевнено обирає Інтернет супутником свого життя та рішуче рухається в напрямі сучасного інформаційного суспільст-

ва. І влада має активно та продуктивно використовувати ці тенденції розвитку інформаційно-комунікаційних технологій у сучасному українському суспільстві.

Сучасні ІКТ – це шанс для кожної окремої особистості інтегруватись у глобальний інформаційно-комунікаційний простір, стати повноцінним агентом глобального соціального процесу. Це можливість для кожного “актора” глобального світу самостійно регулювати свою поведінку та своє життя, реалізовувати свої бізнесові, наукові, економічні, культурні, освітні, особистісні інтереси.

Дійсно, наразі Інтернет є умовою, інструментом, регулятором сучасного життя, впливаючи на всі аспекти суспільного буття, і цього не можна недооцінювати. Наголосимо, що у Посланні Президента України Віктора Януковича до Українського народу 2011 рік в Україні проголошено роком інформаційного суспільства та освіти. Саме інформаційне суспільство з його освітнім, інноваційним та модернізаційним потенціалом – це той елемент, який за сприятливих умов може стати могутнім інструментом підвищення продуктивності, економічного зростання, створення нових робочих місць, розширення можливостей і працевлаштування, і співпраці, зрештою підвищення загальної якості життя пересічного українця. Інтернет – це можливість побудувати орієнтоване на інтереси людей, відкрите для всіх інформаційне суспільство, в якому кожен міг би створювати інформацію і знання, мати до них доступ, користуватися й обмінюватися ними з тим, щоб дати окремим особам, спільнотам і народам можливість повною мірою реалізувати свій потенціал та регулювати своє життя з огляду на свої особистісні потреби, навіть незважаючи на зовнішні чинники соціально-економічної нестабільності.

Література

1. Левин К. Теория поля в социальных науках / К.Левин. – СПб. : Речь, 2000. – 368 с.
2. Бойко Н. Новітні інформаційні технології та сучасний стиль життя / Н.Бойко // Стиль життя: панорама змін. – К. : Ін-т соціології НАН України, 2008. – С.157–220.