

*Н.Бойко,
кандидат соціологічних наук*

ЦИФРОВІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЖИТТІ МЕШКАНЦІВ НЕВЕЛИКОГО МІСТА*

Ми живемо в епоху цифрових технологій. Коли мобільний зв'язок стає невід'ємним атрибутом життя, комп'ютери проникають у кожен офіс, кожен дім, а користування всесвітньою мережею Інтернет надає доступ до інформаційних багатств усього людства. В сучасних умовах буття об'єми інформації зростають з шаленою швидкістю. З появою цифрових носіїв інформації та комунікації формується єдиний інформаційний простір, долаються кордони і інформація за лічені секунди може опинитися в будь-якому куточку світу. Сьогодні шанси на успіх та повноцінне життя вже визначаються не тільки і не стільки громадянством і місцем проживання, а освітою, здібностями, завзятістю, винахідливістю і доступом до новітніх цифрових технологій. Не можна недооцінювати появу новітніх цифрових технологій для розвитку сучасного світу та їх впливу на життя людини, в тому числі вплив на життя в малих містах. Сьогодні з'являється прекрасний шанс долучення до цифрових благ цивілізації, які можуть поліпшити умови проживання та змінити стиль життя мешканців малих міст.

Сучасна інформаційно-комунікативна система впливає на всі сторони суспільного буття, радикально трансформуючи час, фундаментальні виміри людського життя. Завдяки своїм технічним і соціальним особливостям представляє прекрасну можливість трансформації життя особистості та зміни логіки відносин соціальних суб'єктів у суспільстві. І це не можна недооцінювати.

Стрімкість цих процесів вражає. У Женевській штабквартирі Міжнародного союзу електрозв'язку поширили

* Текст друкується в авторській редакції і орфографії.

довідь, де відзначається, що на кінець 2007 року кількість користувачів мобільних телефонів на всій планеті вже перевищила 3,3 млрд чоловік. Відсоток охоплення населення Землі мобільним зв'язком склав 49%. Згідно даних аналітичної компанії Informa Telecom реальна кількість клієнтів стільникових компаній оцінюється в 2,5 млрд чоловік, ще 800 млн. контрактів припадають на тих, хто використовує два і більше апарати для зв'язку. Аналітики також звертають увагу на те, що помітно прискорилися і темпи підключень. Якщо перші мобільні контракти з'явилися в 1981 році, то для того щоб покрити зв'язком 10% населення, знадобилося 19 років. Ще 40% підключень здійснено за останні 7 років. Однак у майбутньому аналітики прогнозують зниження темпів підключень. 60%-вий бар'єр буде подоланий лише до кінця 2009 року, 66%-вий напевно не буде переборений до 2012 року. Також відзначається, що на сьогодні приблизно 10% світового населення не можуть скористатися стільниковим зв'язком по об'єктивних причинах – у місцях їхнього проживання просто не працюють мобільні оператори. За даними доповіді, середній річний ріст числа користувачів мобільних телефонів в усім світі складає 22% [1].

А за даними Укртелекому на кінець 2007 року в Україні було 53,012 мільйона абонентів стільникового зв'язку при населенні в 46,7 мільйона чоловік. Найбільшим мобільним оператором є Київстар, на другому місці йде дочірнє підприємство МТС УМС [2]. Результати моніторингу Інституту соціології НАНУ засвідчують тенденції неухильного розширення мобільного зв'язку в Україні. Зауважимо, що при цьому серед мешканців невеликих міст, які мають мобільні телефони – 94% зазначають, що користувались саме послугами мобільного зв'язку за останні 30 днів і 71% цих респондентів зазначають, що користувались звичайним телефоном. Таким чином, наше дослідження засвідчує, що більше 20% мешканців невеликих українських міст сьогодні користуються виключно мобільним зв'язком. Такі ж тенденції (але в європейському масштабі) репрезентують данні європейського статистичного бюро. У Європі

майже 20% домогосподарств не мають наземної телефонної лінії, і мешканці користуються винятково мобільним зв'язком. Старі члени ЄС, такі як Велика Британія (13%) і Німеччина (11%), воліють зберігати традиційні телефони на відміну, приміром, від Чехії, яка зовсім недавно вступила в ЄС і де 42% домогосподарств обходяться без наземного зв'язку. Фахівці пояснюють таку ситуацію тим, що телефонний зв'язок у багатьох колишніх комуністичних країнах був не такий розвинутий, як, наприклад, у Франції і Великій Британії [3]. В багатьох країнах колишнього Радянського Союзу мобільний телефон іноді є першим телефоном, який жителі одержали у своє розпорядження. І в першу чергу це стосується саме мешканців невеликих міст і сільських жителів, які сьогодні одержують реальну можливість отримання засобу стільникового зв'язку. І не тільки зв'язку. Сьогодні мобільні пристрої стають принципово новим каналом роздрібних продажів. Мобільні пристрої швидко перетворюються в четвертий за потужністю інструмент торгівлі слідом за звичайними магазинами, web-сайтами і поштовими каталогами. Так, віце-президент відділу IBSG Retail/CPG Дік Кентуелл (Dick Cantwell) відзначає, що мобільні технології створюють для роздрібно торгівлі нові джерела доходу і відкривають нову еру багатоканальної торгівлі. Багатоканальна торгівля взаємодіє з покупцем через магазини, каталоги, мобільні пристрої та Інтернет [4]. І можливості електронної торгівлі продовжують розширюватися.

Підтримуючи базові вимоги до електронної комерції, торговельні компанії завойовують довіру покупців. Покупці знову і знову звертаються в компанії, що надають швидкі, надійні та зручні торговельні послуги. Мобільний зв'язок дозволяє розробляти унікальні послуги, що залучають покупців до електронної торгівлі. У найближчому майбутньому покупці зможуть знаходити магазини, шукати товари, робити покупки і керувати витратами за допомогою мобільних пристроїв. Очікуючи появи цієї послуги на ринку, торговельні компанії повинні розробляти стратегію мобільної багатоканальної торгівлі, що включає доставку інфор-

мації про продукти в будь-яке місце в будь-який час на будь-який пристрій. Крім того, розвиток соціальних мереж, мультимедійних вебдодатків і мобільної комерції надає торговельним компаніям широкий вибір технологій для взаємодії з клієнтами. Торговельні організації можуть вивчити досвід новаторських компаній, що працюють в інших галузях (наприклад, у фінансовій), і застосувати цей досвід у роздрібній торгівлі, пристосувавши його до своєї стратегії і специфіки.

Враховуючи, що мобільних користувачів майже в три рази більше, ніж користувачів Інтернету — 3,3 млрд проти 1,3 млрд — фахівці вважають, що в цих умовах мобільна торгівля буде розвиватися приблизно так само, як і стільниковий (мобільний) зв'язок. Найбільш прогресивні компанії вже сьогодні намагаються вмонтувати мобільні телефони в багатоканальну систему доставки послуг. Зокрема, вони використовують SMS для рекламних акцій, інтерактивної відповіді на питання й інформування покупців про приступність товарів і терміни доставки.

Можливості Інтернету також не можна недооцінювати. Виникнувши як засіб для отримання та обміну інформацією, сьогодні Інтернет являє територію, на якій активно продають і купують, рекламують і оплачують товари і послуги, користуються можливостями Інтернет банків, голосують, шукають роботу, спілкуються і т.п. Аудиторія Всесвітньої мережі неухильно зростає, доступ до Інтернету для користувачів стає насущною потребою, і представники багатьох спеціальностей вже просто не мислять себе поза мережею.

Якщо ще десять років назад Інтернет нараховував усього близько 1000 користувачів по всьому світу, то сьогодні вже подолано рекорд у 1 млрд. Всесвітня мережа охоплює всі континенти, і навіть в Антарктиді існує кілька комп'ютерних станцій. Користування Інтернетом усе частіше стає стандартом повсякденного життя людей всього світу — пошук інформації, спілкування, покупки-онлайн, бронювання подорожей та квитків, прослуховування музики, тощо. Щороку збільшується кількість мешканців світу, які

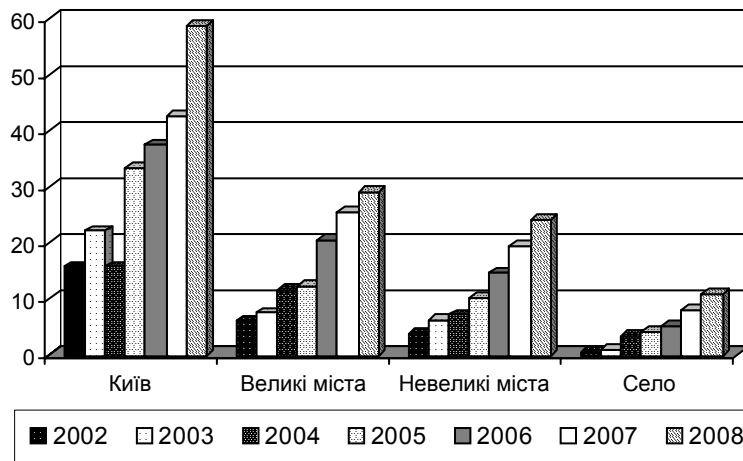
використовують ІКТ в своєму повсякденному житті. Зростає і кількість українських користувачів Інтернету. Так, навесні 2008 року український Інтернет поставив новий рекорд. Кількість Інтернет-користувачів України перевищила 8,5 млн. чоловік. По географічному розподілу незмінно лідирує київський регіон. Його частка складає 59,05% від загальної аудиторії, у той час у Чернівецькій області, регіоні з найменшою активністю, всього 0,17%. Далі в порядку убутвання за Києвом - Одеса, Дніпропетровськ, Донецьк, Харків, Львів, Запоріжжя, Крим. Їхня сумарна частка складає 30,48%. На інші регіони припадає 10,1% користувачів. Директор по маркетингу порталу Ukr.net Михайло Іртлач зауважує, що кількість користувачів Інтернету в Україні постійно росте. Київська аудиторія найпопулярніших Інтернет-сайтів вже зараз починає зрівнюватись з аудиторією телеканалів, а Інтернет-реклама стає альтернативою рекламі на ТВ. Сьогодні вже жодна серйозна рекламна кампанія не проходить без Інтернет складової. З 2,15 млн. потенційних виборців у Києві, 0,914 млн. громадян (або 42,6%) у віці від 18 до 56 років одержують інформацію, читаючи новини і переглядаючи банери на порталі Ukr.net [5]. Зростає кількість користувачів і в інших типах поселень (*рис. 1*).

Стрімкий розвиток української мережі засвідчує, що вже прийшов час якісного зростання ІКТ-ресурсу. Зростання якості послуг Інтернет-агенств, планування і реалізації довгострокових комплексних проектів, підвищення інформаційної та візуальної якості ресурсів Уанету. Прийшов час стратегічної довгострокової співпраці між всіма агентами цього процесу.

Зростає Інтернет-торгівля. Вже сьогодні Інтернет пропонує великий обсяг пропозицій купівлі різноманітного асортименту товарів через всесвітню мережу Інтернет. Це різноманітні види товарів – комп'ютери та комплектуючі, мобільні телефони, фото та відеокамери, побутова техніка, товари для дому, меблі, одяг та взуття, ювелірні прикраси та парфуми, книжки тощо. Такий магазин може

Рисунок 1

Користувачі Інтернету в різних типах поселення (%)



працювати 24 години на добу, 7 днів на тиждень, 365 днів на році, він доступний величезній кількості користувачів, дозволяє продавати товари при істотному скороченні витрат і гарантує користувачам істотну економію часу вибору і замовлення товару. Ці особливості Інтернет-торгівлі відкривають нові можливості організації життєвого простору, і, в першу чергу, для мешканців малих міст, роблячи більш доступним отримання ширшого асортименту товарів та послуг. Зауважимо, що результати наших опитувань засвідчують досить низький рівень покупок он-лайн в Уанеті. В чому справа? Звичайно, існує ряд об'єктивних причин такої ситуації. І, в першу чергу, це відсутність у більшості користувачів досвіду придбання товарів через Інтернет і загальна недовіра до нетрадиційних форм торгівлі. І звичайно, загальні проблеми українського Інтернету – відсутність доступу до Мережі в більшій частині населення обмежують можливості електронної комерції. Крім того, можна говорити про несформованість інфраструктури роздрібно-інтернет-торгівлі, у цілому, і нерозвиненість системи

он-лайнних платежів і доставки товарів зокрема. А також існуючий психологічний бар'єр недовіри пересічного покупця до он-лайнової торгівлі. Та незважаючи на усілякі проблеми, сектор Інтернет-торгівлі має великий потенціал та поступово розвивається.

З'являються нові види торгівлі та заробітку. Так, Інтернет-трейдинг (від англійського trading – торгівля) дозволяє отримувати прибуток не виходячи з будинку, використовуючи свій особистий ПК як основний інструмент. Найбільш відомим видом Інтернет-трейдинга є торгівля на валютному ринку Форекс. Англійське слово forex – скорочення від foreign exchange market, що позначає світовий ринок обміну іноземних валют. Форекс – наймолодший серед міжнародних фінансових ринків. Об'єктом торгівлі на ринку є грошові одиниці різних країн світу, а коливання курсів дозволяють витягати значні прибутки на різниці купівлі і продажу. Сьогодні на частку угод, що укладаються через Інтернет, вже припадає більш 10% обороту валютного ринку Forex. Популярність подібного типу бізнесу обумовлена тим, що бути трейдером може практично кожен – від великого банку або транснаціональної компанії до приватної особи, що мешкає у невеликому віддаленому містечку. Звичайно, бізнес через Інтернет потребує певних знань та підготовки.

З'являються і нові професії, пов'язані з появою ІКТ, наприклад веб-дилер. Веб-дилерством вже займаються сотні тисяч людей у світі; їхнє число стрімко зростає. Шукати і знаходити замовника – це не означає бути просто торговельним агентом, це насамперед глибоке розуміння сутності усього цього питання. Сьогодні, на ринку праці попит на послуги веб-дилерів значно випереджає пропозиція. Веб-дилер може нагодитися: і для фірм, що відкриваються та мають електронну пошту, але поки не мають власного сайту і змушені вкладати гроші в рекламу в різних місцях, а не у свій сайт; і для дрібних фірм, які не починають рекламу з великого сайту; і для фірм, підприємств, приватних осіб, які бажають перевести свій сайт у більш високу цінову категорію, змінивши, доповнивши

та урізноманітнивши свою сторінку, але не мають часу та належних фахівців; крім того, безліч людей хочуть мати домашні сторінки, не маючи Інтернету; а також для тих, хто хоче зробити свою дошку оголошень або розмістити інформацію в мережі. Дилер може працювати вдома, варіюючи форми свого спілкування з замовниками – особисто, через електронну або іншу пошту з кореспондентами з будь-яких куточків країни. Так переваги використання цифрових технологій відкривають ширші перспективи саме для мешканців малих міст.

Всесвітня мережа Інтернет стає незамінним супутником життя мільярдів людей на планеті. Проте існує проблема культури та досвіду використання всесвітньої мережі. Так, наприклад, за даними британських дослідників, 40% Інтернет-користувачів виходять у мережу без якоїсь конкретної мети. Маса офісних працівників знайома із ситуацією, коли їх колеги, та й вони самі протягом більшої половини робочого дня зайняті чимось дуже важливим, ретельно вдивляючись у монітор комп'ютера або щось активно друкуючи, однак маркетологи говорять, що це лише ілюзія робочої діяльності. Відповідно до опитування британської компанії YouGov приблизно 70% працівників витрачають до третини робочого дня на Інтернет-броузінг, причому з 4 до 10 аматорів глобальної мережі зізнаються, що в переважній більшості випадків ходять по сайтах без якоїсь конкретної мети. Крім того, фахівці засвідчують, що в сучасному Інтернеті спостерігається надлишок інформації і новин, що відволікають користувачів, тому середньостатистичний користувач вже звик до бездумного перегортання сторінок у пошуках чогось нового і цікавого.

Маркетологи зауважують, що чоловіки частіше ніж жінки бездумно бродять по Інтернету. Крім того, третина чоловіків зауважує, що в їхньому житті були скандали і розлади з партнерами на ґрунті Інтернету або доступу до нього. Кожен п'ятий чоловік зізнався, що практично щодня у робочий час заглядає на веб-сайти сексуальної тематики. Нарешті, дослідники з'ясували, що найзапекліші Інтернет-ледарі – це молоді люди у віці до 25 років,

а найбільш цілеспрямовані користувачі це користувачі за 50 років. Серед цієї вікової категорії бездумних серферів у три рази менше, аніж серед молоді. Та незважаючи на певні негативні моменти користування ІКТ – широкі позитивні перспективи їх використання у будь-яких сферах буття, звичайно, переважають.

Чітке усвідомлення кількісних та якісних характеристик входження сучасних цифрових технологій в життя сучасного мешканця невеликого міста демонструє специфіку їх інтеграції в світ новітніх інформаційних технологій, доступність до мобільного зв'язку та новітніх світових інформаційно-комунікативних ресурсів і перспективи розвитку країни.

Наше дослідження базується на даних всеукраїнського соціологічного моніторингу, який щорічно проводиться Інститутом соціології НАН України та репрезентує все доросле населення країни за основними соціально-демографічними показниками, що надає можливість прослідкувати процеси зміни цифрової ситуації в країні в цілому та проаналізувати не тільки кількісну, але і якісну динаміку.

Зауважимо, що моніторинг цих питань проводиться, починаючи з 2002 року, що надає нам змогу дослідити певні тенденції поширення процесів комп'ютеризації, інтернетизації, мобільного зв'язку які мають місце в сучасному українському суспільстві, а також проаналізувати якісний склад українських користувачів, що мешкають у невеликих містах країни. Результати дослідження засвідчують поступове та неухильне збільшення кількості користувачів цифровими технологіями в Україні навіть за досить невеликий проміжок часу (*рис. 2*).

На сьогоднішній день близько 70% українців є абонентами мобільного зв'язку, що більш ніж вдвічі перевищує показники 2005 року. Трохи менше половини мешканців України вміють працювати на комп'ютері, а близько чверті українців користуються Інтернетом.

Мобільний зв'язок розгортається в Україні вражаючими темпами – 2005 року абонентами мобільного зв'язку була лише чверть населення, 2006 – близько половини, а

Рисунок 2

Динаміка розповсюдження цифрових технологій
в Україні (%)

2008 року – вже біля 75% населення України. Зауважимо, що 2002 року лише 6% українців зазначали, що вони користувалися мобільним телефоном впродовж останніх 30 днів, 2008 їх кількість зросла до 69%, тобто більше ніж в 11 разів.

Подібні тенденції залучення до стільникового зв'язку спостерігаються і серед мешканців невеликих міст України. У 2008 році 73% з них зазначили, що є користувачами мобільного зв'язку, 6% вказали, що планують ними стати. Слід зазначити, що 8% мешканців невеликих міст зауважують, що не мають такої можливості, більший відсоток таких відповідей (14%) надали лише мешканці сіл. Разом з тим, лише 13% мешканців малих міст, як і великих міст зазначають, що не мають ніякої потреби ставати абонентами мобільного зв'язку, серед селян таких 22%, а серед киян 8%. Тобто ми спостерігаємо загальноукраїнські тенденції розповсюдження стільникового зв'язку серед мешканців всіх типів населення. Причому якщо розгляда-

ти соціально-демографічні особливості долучення до мобільного зв'язку мешканців малих міст, то можна зауважити, що це в першу чергу молодь до 30 років, 90% з яких користуються мобільним зв'язком. Серед громадян у віці від 30 до 55 років таких 78%, а серед осіб у віці понад 55 років – 42%. Саме в останній віковій групі найбільший відсоток тих, хто зауважує, що немає потреби у мобільному зв'язку (40% проти 2% у віці до 30%) і найбільший відсоток тих, хто вказує що немає можливості стати абонентом мобільного зв'язку найближчим часом (12% проти 3% у віці до 30 років). На наш погляд, це може бути пов'язано не тільки з матеріальним становищем, а й психологічною неготовністю до залучення нових видів техніки в своє життя та поганою обізнаністю стосовно тарифів, знижок тощо. Це підтверджує й той факт, що саме більш освідченні мешканці невеликих міст обирають користування мобільним зв'язком – 85% громадян з вищою освітою, проти 44% мешканців з початковою та неповною середньою освітою, які здебільшого зазначають, що не мають потреби в користуванні мобільним зв'язком (34% проти 9% серед осіб з вищою освітою) та не мають можливості (16% проти 3% серед осіб з вищою освітою).

Неухильно зростає і кількість українців, які вміють працювати на комп'ютері або постійно використовують його в роботі, причому в усіх типах поселень. Безумовно, кількість тих респондентів, що вміють працювати на комп'ютері, дещо більша серед жителів столиці та мешканців великих міст країни. Це відбивають і результати даного дослідження. Разом з тим, слід зазначити, що сьогодні позитивна динаміка збільшення числа осіб, тою чи іншою мірою знайомих з комп'ютером спостерігається не тільки у великих містах, але й у маленьких містечках і в сільській місцевості. Дослідження фіксує високі темпи росту числа осіб, що постійно використовують комп'ютер у роботі серед українців, які живуть не в столиці, а в інших населених пунктах України. Слід зазначити, що загальна кількість користувачів комп'ютерними технологіями в

сільській місцевості в 2006 році склала 17,8% (у 2002 році їх було 6,2%), у невеликих містах – 40,1% (у 2002 році – 19,0%), у великих містах – 40,9% (у 2002 році – 24,8%), у місті Києві – 56,7% і 36% відповідно. Причому результати дослідження засвідчили, що саме 2006 рік продемонстрував досить істотне збільшення числа українських громадян, які володіють комп'ютерною грамотністю серед не тільки і навіть не стільки серед столичних жителів, скільки серед жителів інших населених пунктів – і в першу чергу цей якісний стрибок в освоєнні комп'ютерних технологій стосується мешканців невеликих міст, а 2008 рік його підтвердив знов сягнувши більш ніж 10% зростання користувачів комп'ютерів, навіть перевищивши показники великих міст. Аналіз результатів засвідчує значні зрушення в усвідомленні мешканцями малих міст необхідності засвоєння новітніх технологій та користування ними. Так, 2008 засвідчив, що менше половини мешканців малих міст зазначають, що не вміють і ніколи не користувалися комп'ютером, 2002 року таких було 80%. У 2008 році 36% мешканців малих міст зазначають, що вміють працювати на комп'ютері, інколи користуються, а кількість тих, хто постійно використовує комп'ютер в роботі навіть порівняно з минулим роком зросла майже вдвічі (16% проти 9% у 2006 році). Що склало найбільший приріст серед усіх типів поселень. Крім того, за результатами опитування 30% мешканців малих міст зазначають, що мають комп'ютер, а 15% – що планують придбати найближчим часом для себе (для своєї сім'ї). І лише чверть мешканців малих міст вказує, що не має потреби у такому придбанні, а 21% зазначає, що не мають такої можливості. Причому, якщо серед тих, хто зазначає, що не має такої потреби, переважають люди старшого віку з низькою освітою, то серед тих мешканців невеликих міст, які визнають свою неспроможність придбати комп'ютер найближчим часом, присутні особи різних вікових груп. А за рівнем освіти переважають особи з загальним середнім, середнім спеціальним рівнем освіти та першого ступеня вищої освіти – тобто учнівська молодь, яка на наш погляд, у першу чергу потребує і комп'ютерної

освіти і долучення до тих можливостей, які надають ІКТ і для розвитку, і для навчання, і для вдосконалення своїх здібностей та досягнень. Тому політика сприяння долученню цих верств населення до цифрових технологій повинна стати однією з задач як місцевої вдали, так і країни в цілому.

Показовим для відтворення якісних характеристик групи користувачів комп'ютерних технологій, безперечно, є й особливості його використання. Результати моніторингу засвідчують, що відповідаючи на запитання про мету використання комп'ютеру, більшість українських користувачів комп'ютером зазначають, що працюють на комп'ютері або відпочивають біля ПК, прослуховуючи музику, дивлячись фільми на комп'ютері. Мешканці малих міст також в першу чергу зазначають, що використовують комп'ютер для роботи, а також для прослуховування музики, перегляду фільмів та користування Інтернетом.

Саме обізнаність з комп'ютерними технологіями, володіння комп'ютером зумовлює сьогодні можливість включення в сучасний інформаційний простір та залучення до всесвітньої мережі Інтернет. У 2008 році кількість українців, які вказали, що користуються послугами Інтернету зросла більш ніж всемеро порівняно з 2002 роком і становить за даними моніторингового дослідження, 23% громадян України. Як особливість 2008 року, що характерна для всіх типів поселень, можна визначити відсутність зростання кількості осіб, які зазначили, що користуються Інтернетом в Інтернет-кафе, комп'ютерних клубах тощо. При цьому спостерігається поступове та неухильне зростання кількості українців, які користуються Інтернетом на роботі, а також вдома, тобто отримують доступ до Інтернет-мережі за власний кошт. Причому саме цей шлях є провідним і для мешканців невеликих міст. Позитивна динаміка залучення до всесвітньої мережі Інтернет спостерігається в усіх типах поселень. Результати моніторингу фіксують поступове зростання кількості українських користувачів Інтернету, і в різних типах поселень, і в країні в цілому. Ріст інформаційної культури українців

приводить до значного зменшення кількості тих громадян, які зазначають, що не мають потреби і ніколи не користувалися Інтернетом. Серед киян у 2002 році таких респондентів було 72%, у 2008 році – 35%. Серед жителів великих міст – 79% і 62% відповідно. Серед жителів невеликих міст – 80% і 66%, серед жителів сіл – 92% і 81% відповідно. Зменшується і кількість тих українців, що мають потребу, але не мають можливості користуватися Інтернетом практично у всіх населених пунктах. Причому відсоток таких громадян становить біля 10% в усіх типах поселень.

Результати дослідження фіксують збільшення кількості користувачів Інтернетом як у великих містах України, так і в невеликих містах, і навіть у сільській місцевості. Хоча, безумовно, темпи збільшення кількості користувачів Інтернет-мережі трохи розрізняються в залежності від типу поселення респондентів. У столиці кількість користувачів Інтернетом у 2008 склала 59%, у 2002 – їх було 16%. У великих містах, невеликих містечках і сільській місцевості збільшення кількості користувачів Інтернетом має ще більш інтенсивну динаміку. Причому, чим менший населений пункт, тим більший приріст користувачів спостерігається протягом досліджуваного періоду. Так, наприклад, кількість користувачів серед жителів невеликих міст протягом п'яти років зростає більш ніж вшестеро – у 2002 році складала 4% опитаних, в 2006 році сягнула 15%, у 2008 році – 24%. Тобто на сьогоднішній день майже чверть усіх мешканців малих міст користується Інтернетом.

Причому найбільший відсоток користувачів Інтернетом серед мешканців малих міст складає молодь у віці до 30 років – 40%, у віці від 30 до 55 років – 25%, у віці старше 55 років – 5%. Серед користувачів переважають особи з вищою освітою – 40% та студентство (перший ступень вищої освіти) – 36%. І саме представники в першу чергу цих груп серед мешканців невеликих міст зазначають, що маючи потребу, вони не мають можливості користуватися Інтернетом – близько 15%.

Сучасні цифрові технології впливають на можливості спілкування та отримання необхідної поточної інформації

в сучасному урбанізованому світі, пропонуючи нові форми спілкування та отримання потрібної інформації. І хоча безпосереднє спілкування на щастя залишається й сьогодні найбільш бажаним способом спілкування серед сучасних мешканців України, такі способи спілкування, як мобільний телефон та Інтернет поступово входять в сучасне життя. Так, близько половини всіх мешканців малих міст зазначають, що надають перевагу спілкуванню за допомогою мобільного телефону. Приблизно такі ж результати спостерігаються і серед мешканців великих міст та киян. А от спосіб спілкування за допомогою Інтернету не набув такого поширення. Причому цей відсоток серед мешканців малих міст один з найнижчих. Загалом, можна зазначити, що майже половина мешканців малих міст на сьогоднішній день надає перевагу спілкуванню за допомогою використання новітніх цифрових технологій.

Підсумовуючи результати дослідження, можна зазначити, що цифрові технології поступово входять в життя мешканців малих міст України. Аналіз результатів засвідчує значні зрушення в усвідомленні мешканцями малих міст необхідності засвоєння новітніх технологій та користування ними. Сьогодні з'являється прекрасний шанс долучення до цифрових благ цивілізації, які можуть поліпшити умови проживання та змінюють стиль життя мешканців малих міст. Користування цифровими технологіями усе частіше стає стандартом повсякденного життя мешканців невеликих міст.

Література

1. Количество пользователей мобильных – более 3,3 млрд. человек. – 26.05.2008. – <http://itnews.com.ua/40467.html>.
2. «Укртелеком» стал мобильным оператором. – 1.11.2007. – <http://itnews.com.ua/35729.html>.
3. Европа отказывается от стационарных телефонов. – 29.11.2007. – <http://itnews.com.ua/36255.html>.
4. Герман Боганов. Продажи через мобильники растут. – 12.06.2008. – <http://itnews.com.ua/analytics/70.html>.
5. Украинский Интернет поставил новый знаковый рекорд – число пользователей превысило 7,7 млн. человек. – 5.05.2008. – <http://irtafax.com.ua/news/2008-05-05-41.html>.