

Вісник ЛНУ імені Тараса Шевченка № 5 (294), червень 2015

УДК 316.728:004.738.5(477.61/62:83/86)

Петренко О.С.

ВПЛИВ ІНТЕРНЕТУ НА ПОВСЯКДЕННЕ ЖИТТЯ УКРАЇНЦІВ

Поширення інтернету змінює спілкування з рідними та друзями, використання традиційних ЗМІ та нових медіа, змінює дозвілля та навіть побут. Інтернет став чинником формування нової медіа-системи, тому особливої актуальності набуває дослідження того, які джерела в нашому суспільстві найбільше впливають на формування громадської думки.

Останньому питанню присвячено багато досліджень, зокрема дослідження КМІС, що проходило в лютому 2015. «Основним джерелом інформації про стан справ в Україні для мешканців південно-східних регіонів є телебачення: 83% дізнаються новини з передач загальнонаціональних каналів. На другому місці – інтернет-ЗМІ: 41% читають онлайн-джерела. На третьому місці – близькі люди: 24% отримують більше всього інформації від родичів, друзів та сусідів. Далі йдуть загальнонаціональні газети (22%), соціальні мережі (17%), великі радіостанції (16%) та знайомі, що знаходяться чи приїхали із зони бойових дій (10%)» [1].

Питанню змін у рівні та характері використання ТБ, радіо, газет та інтернету різними віковими та соціально-професійними групами присвячені декілька досліджень автора цієї статті [2], [3].

Завданням статті є аналіз структури повсякденної позаробочої діяльності в контексті використання медіа та новітніх засобів комунікації, насамперед Інтернету, впливу останніх на повсякденні соціальні зв'язки та побут.

Емпіричні дані, що будуть нами проаналізовані отримані з даних дослідження «Життєві світи Сходу і Заходу України» проведеного громадською організацією «Центр з вивчення суспільних процесів та проблем гуманізму» та кафедрою філософії та соціології Луганського національного університету імені Тараса Шевченка за підтримки Канадського інституту Українознавчих студій Університету Альберти влітку 2014 року (Керівник – проф. Кононов І.Ф.). В Донецькій та Луганській областях було опитано 748 респондентів, а у Львівській та Івано-Франківській – 731.

В ході опитування задавалося питання про види повсякденної позаекономічної діяльності, якими респонденти займалися протягом останніх трьох місяців. Ми відобразимо лише ті з них, що стосуються використання інтернету, ЗМІ та того, як вони впливають на щоденне спілкування. Відповідний індекс приймає значення від 1 до 5, де 1 –

людина приділяє цьому виду діяльності час раз на місяць і рідше, 2 – не кожного тижня, 3 – один чи два рази на тиждень, 4 – декілька разів на тиждень, але не щоденно, 5 – щоденно. В Донбасі ми отримали наступний розподіл в порядку зменшення: перегляд телепередач (4,1), перегляд новин та газет в Інтернеті (3,76), спілкування в соцмережах (3,74), прослуховування улюбленої музики (3,6), пошук в інтернеті музики, фото та відео (3,5), читання газет (3,37), перегляд кінофільмів вдома (на комп'ютері чи на інших пристроях) (3,32), особисте спілкування з друзями, похід у гості (3,31), онлайн ігри (3,2), пошук в інтернеті корисної побутової інформації (3,1), перегляд фільмів в інтернеті онлайн (3,1), пошук та читання в інтернеті художньої та науково-популярної літератури (2,78), придбання товарів через інтернет (1,6). Отже, *Всесвітня мережа як джерело новин обігнала друковані газети і поступається лише телебаченню, а спілкування у соціальних мережах перегнало реальне спілкування.*

В Галичині населення найчастіше займається наступним: перегляд телепередач (4,0), перегляд новин та газет в інтернеті (3,4), перегляд кінофільмів вдома (3,39), читання газет (3,37), пошук в інтернеті музики, фільмів, відео (3,2), пошук в інтернеті корисної побутової інформації (3,17), онлайн ігри (3), перегляд фільмів в інтернеті онлайн (2,9), пошук та читання в інтернеті художньої та науково-популярної літератури (2,68), прослуховування улюбленої музики (2,41), придбання товарів через інтернет (1,9). Як бачимо і *тут перегляд ТБ випереджає інформування про новини з інтернету та інтернет-ЗМІ. Читання газет тут має такі ж показники як на Донбасі, але в Галичині інтернет як джерело новин має майже рівні показники з газетами.* В цілому показники використання інтернету трошки нижчі, ніж в Донбасі, що пояснюється більшою часткою сільського населення, серед якого використання Всесвітньої мережі менш поширене. В західній частині країни очне спілкування (2,59) має трохи більші показники, ніж спілкування у соціальних мережах (2,2). Тобто показники спілкування у соціальних мережах у Галичині помітно нижчі, ніж на сході країни. В цілому це узгоджується з даними про те, що на східну частину країни припадає станом на квітень 2014 33% регулярних користувачів України – 33%, а на західну – 24%.

Донбас продемонстрував майже однаковий з Галичиною середній рівень перегляду телепередач (4,1 проти 4). Але щоденно телепередачі дивиться 55% населення Донбасу проти 45,3% мешканців Галичини. Як вже було зазначено, крайній схід країни продемонстрував вищий рівень щоденного перегляду новин та газет в інтернеті, вищий рівень спілкування в соцмережах (3,74 проти 2,2); прослуховування улюбленої музики, що також часто відбувається через інтернет (3,6 проти 2,41); пошук в Інтернеті музики, фото та відео відрізняється незначно (3,5 проти 3,2 в Галичині). Рівні показники демонструє перегляд фільмів вдома (на комп'ютерах тощо), майже рівні показники мають онлайн ігри

(3,2 проти 3), комп'ютерні ігри без підключення до Мережі (2,7 проти 2,3), пошук в Інтернеті корисної побутової інформації (по 3,1) та перегляд фільмів онлайн (3,1 проти 2,9). Майже рівні показники мають також пошук та читання в інтернеті художньої та науково-популярної літератури (2,78 – Донбас, 2,68 – Галичина). Придбання товарів через Інтернет має фактично однаковий рівень в обох регіонах (Таблиця 1 та 2).

На прикладі даних з Донбасу ми встановили, що існує статистично значима залежність між певними видами діяльності та віком респондентів.

Є люди, які повністю відмовилися від традиційних ЗМІ, перейшовши на соціальні медіа, інтернет-видання: серед молоді таких найбільше. Так, не дивляться телебачення взагалі 9,6% населення Донбасу та 8,1% населення Галичини. Серед молоді Донбасу група тих, хто не дивиться ТБ, складає 16,7%. Але ТБ продовжує втримувати чільні позиції, випереджаючи інтернет та інші ЗМІ. Серед молоді телебачення щоденно дивиться 27,2%, серед людей у віці 30-44 років – 52,7%, у віці 45-55 – 65,1% (Таблиця 3).

Читання газет також має вікові особливості: чим молодші респонденти, тим менше вони читають друковані газети (Таблиця 4). Власне, молодші респонденти, частіше користуючись інтернетом, менше мають потреби у друкованих ЗМІ, вдовольняючи інформаційні потреби за рахунок інтернет-ресурсів [3].

Отримані дані, підтверджують загальновідомий факт: чим молодша вікова група, тим частіше вона користується інтернетом та соціальними мережами зокрема. Так серед людей у віці 18–29 років щоденно спілкуються у соцмережах 64,4%, 30–44 років – 35,1%, 45-59 – 19,6%, а після 60-ти лише 9,1% (Таблиця 5).

Така ж залежність є і у використанні інтернету для здійснення покупок: ніколи не здійснювали таких покупок 37,8% у групі «18–29 років» та 55,3% у групі «30–44 років». Також значимі за хі-квадратом і інші розбіжності у використанні інтернету в залежності від віку. Так, щоденно шукають в інтернеті відео, фото та музику 55,5% молоді та 21,5% у групі 30–44 роки. (Таблиця 6).

Таблиця 1
Розподіл відповідей на запитання «Як часто Ви займаєтеся позаробочими видами діяльності?» на Донбасі (у %)

	Перегляд телепередач (N=689)	Пошук новин, газет в інтернеті (N=698)	Спілкування в соцмережах в інтернеті (N=698)	Пошук в інтернеті відео, фото, музики (N=699)	Читання газет (дружкованих) (N=706)	Особистісне спілкування з друзями, родина в гості (N=700)	Онлайн-ігри в інтернеті (за виключенням азартних) (N=696)	Пошук в інтернеті корисної побутової інформації (N=699)	Перегляд фільмів в інтернеті онлайн (N=696)	Пошук та читання в інтернеті худ та наук-популярної літератури (N=693)	Купівля товарів через інтернет (N=698)
Раз на місяць чи рідше	7,0	6,3	7,6	9,0	12,2	15,9	6,6	12,6	12,4	13,3	26,6
Не кожного тижня	9,4	11,0	9,2	10,7	15,3	16,0	4,9	14,9	11,5	9,4	5,2
Один чи два рази на тиждень	7,4	6,0	6,7	6,3	14,0	15,4	3,9	9,3	10,6	6,8	2,7
Деякі разів на тиждень, але не щоденно	11,6	11,6	9,5	12,9	15,4	21,1	4,9	14,9	15,4	8,2	2,6
Щоденно	55,0	31,2	31,7	23,6	28,2	28,7	9,8	17,6	13,1	8,9	1,3
Ніколи	9,6	33,8	35,4	37,5	14,9	2,9	70,0	30,8	37,1	53,4	61,6
Всього	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Таблиця 2
Розподіл відповідей на запитання «Як часто Ви займаєтеся позаробочими видами діяльності?» в Галичині (у %)

Раз на місяць чи рідше	Перегляд телепередач (N=629)	Пошук новин, газет в інтернеті (N=644)	Спілкування в соцмережах в інтернеті (N=637)	Пошук в інтернеті відео, фото, музики (N=642)	Читання газет (дружованих) (N=639)	Особистісне спілкування з друзями, ходіння в гості (N=642)	Онлайн-ігри в інтернеті (за виключенням азартних) (N=640)	Пошук в інтернеті корисної побутової інформації (N=644)	Перегляд фільмів в інтернеті онлайн (N=644)	Пошук та читання в інтернеті худ та наук-популярної літератури (N=643)	Купівля товарів через інтернет (N=644)
Не кожного тижня	5,7	10,9	29,0	12,8	11,9	25,9	5,3	11,8	14,3	15,7	21,9
Один чи два рази на тиждень	7,6	7,9	16,5	7,2	9,9	25,9	4,5	10,7	9,6	9,2	6,8
Декілька разів на тиждень, але не щоденно	11,3	13,5	7,8	9,0	21,0	18,4	3,0	14,3	12,9	9,8	5,3
Щоденно	21,9	13,0	6,0	14,3	25,8	16,8	5,0	17,9	17,2	10,0	5,1
Ніколи	45,3	22,0	7,1	16,5	20,7	10,7	6,1	14,1	8,2	7,2	0,8
Всього	8,1	32,6	33,6	40,2	10,8	2,3	76,1	31,2	37,7	48,2	60,4
	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Таблиця 3

Розподіл відповідей на запитання «Як часто Ви займаєтесь позаробочими видами діяльності? _ Перегляд телепередач» за віковими групами. Донбас

		Вікові групи			
		18–29	30–44	45–59	60 і старше
Раз на місяць чи рідше	Абс. частоти	21	17	2	8
	%	13	9,1	1,2	4,6
Не кожного тижня	Абс. частоти	24	24	10	7
	%	14,8	12,9	6,0	4,0
Один чи два рази на тиждень	Абс. частоти	15	18	10	8
	%	9,3	9,7	6,0	4,6
Декілька разів на тиждень, але не щоденно	Абс. частоти	31	20	20	9
	%	19,1	10,8	12,0	5,1
Щоденно	Абс. частоти	44	98	108	129
	%	27,2	52,7	65,1	73,7
Ніколи	Абс. частоти	27	9	16	14
	%	16,7	4,8	9,6	8,0
Всього	Абс. частоти	162	186	166	175
	%	100	100	100	100

Хі-квадрат=103,086; sig=0,000

Таблиця 4

Розподіл відповідей на запитання «Як часто Ви займаєтесь позаробочими видами діяльності? _ Читання газет (друкованих)» за віковими групами. Донбас

		Вікові групи			
		18–29	30–44	45–59	60 і старше
Раз на місяць чи рідше	Абс. частоти	34	28	14	10
	%	20,7	14,7	8,2	5,5
Не кожного тижня	Абс. частоти	22	36	25	25
	%	13,4	18,8	14,7	13,8
Один чи два рази на тиждень	Абс. частоти	20	33	27	19
	%	12,2	17,3	15,9	10,5
Декілька разів на тиждень, але не щоденно	Абс. частоти	26	24	31	28
	%	15,9	12,6	18,2	15,5
Щоденно	Абс. частоти	12	38	62	87
	%	7,3	19,9	36,5	48,1
Ніколи	Абс. частоти	50	32	11	12
	%	30,5	16,8	6,5	6,6
Всього	Абс. частоти	164	191	170	181
	%	100	100	100	100

Хі-квадрат= 130,771; sig=0,000

Таблиця 5

Розподіл відповідей на запитання «Як часто Ви займаєтесь позаробочими видами діяльності? _ Спілкування в соціальних мережах в Інтернеті» за віковими групами. Донбас

		Вікові групи			
		18–29	30–44	45–59	60 і старше
Раз на місяць чи рідше	Абс. Частоти	7	21	13	12
	%	4,3	11,0	7,7	6,8
Не кожного тижня	Абс. Частоти	14	14	27	9
	%	8,6	7,3	16,1	5,1
Один чи два рази на тиждень	Абс. Частоти	12	15	13	7
	%	7,4	7,9	7,7	4,0
Декілька разів на тиждень, але не щоденно	Абс. Частоти	15	33	9	9
	%	9,2	17,3	5,4	5,1
Щоденно	Абс. Частоти	105	67	33	16
	%	64,4	35,1	19,6	9,1
Ніколи	Абс. Частоти	10	41	73	123
	%	6,1	21,5	43,5	69,9
Всього	Абс. Частоти	163	191	168	176
	%	100	100	100	100

$\chi^2=243,675, sig=0,000$

Таблиця 6

Розподіл відповідей на запитання «Як часто Ви займаєтесь позаробочими видами діяльності? _ Пошук в інтернеті відео, фото та музики» за віковими групами. Донбас

		Вікові групи			
		18–29	30–44	45–59	60 і старше
Раз на місяць чи рідше	Абс. Частоти	9	26	16	12
	%	5,5	13,6	9,4	6,9
Не кожного тижня	Абс. Частоти	14	28	23	10
	%	8,5	14,7	13,5	5,7
Один чи два рази на тиждень	Абс. частоти	9	20	10	5
	%	5,5	10,5	5,9	2,9
Декілька разів на тиждень, але не щоденно	Абс. частоти	35	35	17	3
	%	21,3	18,3	10,0	1,7

		Вікові групи			
		18–29	30–44	45–59	60 і старше
Щоденно	Абс. частоти	91	41	23	10
	%	55,5	21,5	13,5	5,7
Ніколи	Абс. частоти	6	41	81	134
	%	3,7	21,5	47,6	77,0
Всього	Абс. частоти	164	191	170	174
	%	100	100	100	100

Хі-квадрат= 298,730; sig=0,000

Те саме стосується і онлайн ігор, але отримані дані показують, що вони не є настільки типовим заняттям для сучасної молоді, як це очікувалося: ніколи не грає в такі ігри 47,6% молоді, та 62,8% користувачів у віці 30-44 роки. Пошук в Інтернеті корисної побутової інформації, звісно теж використовують частіше більш молоді люди, але за даними ФГГ [3] саме пошук практичної інформації дуже характерний для користувачів середнього та старшого віку, у порівнянні з переважно розважальним характером використання мережі молоддю. Взагалі шукали за останні три місяці таку інформацію 93,9% молоді, 82,2% людей у віці 30–44 років, 70,6% – 45–59 років, та 32% навіть у групі старше 60 років. Що стосується читання в інтернеті художньої та науково-популярної літератури, то за останні три місяці це взагалі робили 75,3% молоді, 58,1% у групі 30–44 років, 36,3% у віці 45–59. Зауважимо, що читання подібної літератури вже поширеніше саме в електронному варіанті, у порівнянні з друківаними виданнями. Перегляд фільмів у інтернеті є просто надпопулярним заняттям. Декілька разів на тиждень, але не кожного дня фільми в інтернеті дивилося 30,9% молоді, а ще 25,9% дивиться їх щоденно.

Використання інтернету для отримання новин та читання газет теж корелює з віком. Серед молоді 47% вказали, що дізнаються так новини щоденно (і ще 23,8% декілька разів на тиждень, але не щоденно), а для групи 30-44-літніх такі показники складають відповідно 40,8% та 8,9% (Таблиця 7).

Таблиця 7

Розподіл відповідей на запитання «Як часто Ви займаєтесь позаробочими видами діяльності? _ Перегляд новин, газет в Інтернеті» за віковими групами. Донбас

		Вікові групи			
		18–29	30–44	45–59	60 і старше
Раз на місяць чи рідше	Абс. частоти	10	13	11	10
	%	6,1	6,8	6,5	5,8
Не кожного	Абс. частоти	12	32	21	12

		Вікові групи			
		18–29	30–44	45–59	60 і старше
тижня	%	7,3	16,8	12,4	6,9
Один чи два рази на тиждень	Абс. частоти	10	16	13	3
	%	6,1	8,4	7,6	1,7
Декілька разів на тиждень, але не щоденно	Абс. частоти	39	17	18	7
	%	23,8	8,9	10,6	4,0
Щоденно	Абс. частоти	77	78	42	21
	%	47,0	40,8	24,7	12,1
Ніколи	Абс. частоти	16	35	65	120
	%	9,8	18,3	38,2	69,4
Всього	Абс. частоти	164	191	170	173
	%	100	100	100	100

Хі-квадрат=197,812 sig=0,000

Зауважимо, раніше проведені дослідження показують, що в перегляд новин в інтернеті входить не стільки цілеспрямоване читання певних видань, скільки короткі повідомлення у стрічці новин пошуковика, повідомлення з груп та пабліків у соціальних мережах, повідомлення про новини, розміщені на сторінках друзів. Молодь за даними ФГІ фактично не читає цілеспрямовано ніяких видань, новини скоріше «просочуються» через їхнє оточення в соцмережах, чи вони натикаються на них випадково або шукають їх лише у випадку конкретної необхідності [3].

Залежність у використанні інтернету, пов'язана із соціально-професійною приналежністю, теж була виявлена. Так, керівники та підприємці частіше використовують інтернет для отримання новин. Інтенсивне використання соцмереж також корелює з високим соціально-професійним статусом та освітою.

Отже, структура позаробочої діяльності, що пов'язана з використанням ТБ, інтернету та друкованих ЗМІ в двох розглянутих регіонах суттєво не відрізняється. Більш активне використання інтернету на Донбасі, обумовлене більшою часткою міського населення, для якого характерний більш високий рівень інтернетизації. Інтернет змінив не лише побут та дозвілля, але вплинув і на соціальні зв'язки: опосередковане спілкування через інтернет та мобільні телефони значно обігнали особистісне спілкування з друзями на Донбасі. В Галичині через меншу поширеність інтернету ця тенденція менш помітна.

На сході країни використання інтернету випередило газети і поступається лише ТБ. В західній частині країни телебачення теж на першому місці, але рівень використання інтернету тут нижчий, у порівнянні зі сходом. В Галичині показники друкованих ЗМІ фактично рівні з показниками інтернету як джерела новин. Середні показники

використання газет у двох порівнюваних регіонах не відрізняються. Для Донбасу, у порівнянні з Галичиною, характерний дещо більш активний щоденний перегляд ТБ, але середні показники двох регіонів фактично однакові.

Види діяльності пов'язані з використанням інтернету більш характерні для молоді, а більш активне використання ТБ та друкованих ЗМІ для представників старших вікових груп.

Список використаної літератури

- 1. Яким** є рівень підтримки меседжів російської пропаганди у зоні конфлікту: соціологічне опитування – Режим доступу: http://osvita.mediasapiens.ua/mediaprosvita/research/yakim_e_riven_pidtrinki_mesedzhiv_rosiyskoi_propagandi_u_zoni_konfliktu_sotsiologichne_opituvannya.
- 2. Петренко О. С.** Використання молоддю телебачення, радіо, друкованої преси та інтернету: специфіка та тенденції / О. Петренко // Молодіжна політика: проблеми та перспективи. Випуск 4: [збірник наукових праць / наук.ред. С.А. Щудло]. – Дрогобич, 2013. – С. 320–326.
- 3. Петренко О. С.** Інтернет в інформаційній системі: молодь середі других груп інтернет-пользователей / О. Петренко // Молодіжна політика: проблеми та перспективи. Випуск 3: [збірник наукових праць / наук.ред. С.А. Щудло]. – Дрогобич, 2012. – С. 378–382.

Петренко О. С. Вплив інтернету на повсякденне життя українців

Стаття присвячена структурі повсякденної позаробочої діяльності, пов'язаної з використанням інтернету та ЗМІ. Структури діяльності, що пов'язана з використанням ТБ, Інтернету та друкованих ЗМІ у Галичині та Донбасі суттєво не відрізняються. Більш активне використання інтернету на Донбасі обумовлене більшою часткою міського населення. Інтернет змінив не лише побут та дозвілля, але вплинув і на соціальні зв'язки: опосередковане спілкування через інтернет та мобільні телефони обігнали особистісне спілкування з друзями на Донбасі. На сході країни використання інтернету випередило газети і поступається лише ТБ. В західній частині країни телебачення теж на першому місці. В Галичині показники друкованих ЗМІ фактично рівні з показниками інтернету як джерела новин. Середні показники використання газет у двох порівнюваних регіонах не відрізняються. Для Донбасу, у порівнянні з Галичиною, характерний дещо більш активний щоденний перегляд ТБ, але середні показники двох регіонів фактично однакові. Види діяльності пов'язані з використанням інтернету більш характерні для молоді, а більш активне використання ТБ та друкованих ЗМІ – для представників старшого віку.

Ключові слова: інтернет, ЗМІ, дозвілля

Петренко О. С. Влияние интернета на повседневную жизнь украинцев

Статья посвящена структуре повседневной внерабочей деятельности, связанной с использованием интернета и СМИ. Структуры деятельности, связанной с использованием ТВ, интернета и печатных СМИ в Галичине и Донбассе существенно не отличаются. Более активное использование интернета на Донбассе обусловлено большей долей городского населения. Интернет изменил не только быт и досуг, но и социальные связи: на Донбассе опосредованное общение через интернет и мобильные телефоны обогнало личностное общение с друзьями. На востоке страны использование интернета превысило чтение газет и уступает только ТВ. На западе страны ТВ также на первом месте. Но в Галичине показатели печатных СМИ фактически равны с показателями интернета как источника новостей. Средние показатели использования газет в сравниваемых регионах не отличаются. Для Донбаса, по сравнению с Галичиной, характерен более активный ежедневный просмотр ТВ, но средние показатели двух регионов фактически одинаковы. Виды деятельности, связанные с использованием интернета более характерны для молодежи, а более активное использование ТВ и печатных СМИ – для представителей старшего возраста.

Ключевые слова: интернет, СМИ, досуг.

Petrenko O. S. The impact of Internet on daily life of Ukrainians

The article is devoted to the daily leisure activities related to the use of the Internet and media. The structures of activity of using TV, Internet and print media in Galychyna and Donbass are not significantly different.

More active using of the Internet in Donbass is caused by bigger proportion of the urban population, for which higher level of internetisation is typical. Internet has changed not only way of life and leisure, but influenced the social relations: indirect communication via the Internet and mobile phones have become more common than personal communication with friends in Donbass. In Galychyna this trend is less noticeable, because of the lower level of the Internet spreading. In the eastern part of Ukraine Internet use is more widespread than newspapers, and only TV is more popular than internet. In the west part of the country watching TV is also leading leisure activity, but there using the internet for getting news is as widespread as reading newspapers. The print media positions are equal in both regions. Activities related to the using Internet are more common for young people, but TV and print media are typical for the older ones.

We considered the following activities on the Internet: reading news and newspapers in the Internet, communication in social networks, online search of music, photos and videos, online games, online search of useful household information, watching films online, searching and reading online fiction and popular scientific literature, buying products online. The index

takes values from 1 to 5, where 1 – a person is engaged in this activity once a month or less frequently, 2 – not every week, 3 – once or twice a week 4 – several times a week, but not every day, 5 – every day.

In Donbass we received the following distribution in descending order: watching television (4.1), reading of news and newspapers in the Internet(3,76), communication in social networks (3.74), listening favorite music (3.6), searching music, photos and videos in the Internet (3.5), reading newspapers (3.37), watching movies at home (on your computer or other devices) (3.32), personal communication with friends, going to visit (3.31), online games (3.2), searching in the Internet useful everyday information (3.1), watching movies online in the Internet (3.1), searching in the Internet and reading fiction and popular science literature (2.78), the purchase of goods via the Internet (1.6).

In Galychyna the most popular activities are: watching television (4.0), reading news and newspapers in the Internet (3.4), watching movies at home (3.39), reading newspapers (3.37), searching in the Internet for music, movies, videos (3.2), searching in the Internet for useful everyday information (3.17), online games (3), watching movies online in the Internet (2.9), searching in the Internet and reading fiction and popular science literature (2.68), offline communication (2,59), listening to favorite music (2.41), communication in social networks (2.2), the purchase of goods via the Internet (1.9).

Key words: internet, media, leisure activities.

Стаття надійшла до редакції 21. 04. 2015 р.

Прийнято до друку 26. 06. 2015 р.

Рецензент – к. соц. н., доцент

Верховод Л. І.

УДК 316.347(477.61/62:83/86)

Кононов І. Ф.

СВІТОГЛЯДНІ ОРІЄНТИРИ ТА ІДЕНТИЧНОСТІ МЕШКАНЦІВ ДОНБАСУ І ГАЛИЧИНИ

Актуальність розгляду. Результати дослідження «Життєві світи Сходу та Заходу України»¹ підтвердили висновок, який вже був

¹¹ Дослідження проводилося за підтримки Канадського інституту Українознавчих студій Університету Альберти (Canadian Institute of Ukrainian Studies, University of Alberta) в 2014 р. (з 20 травня по 20 червня) в Донбасі (n = 748) і Галичині (n = 731). Донбас представляли Донецька (n = 457) і Луганська область (n = 291), а Галичину – Львівська (n = 454) і Івано-Франківська (n = 277). Вибіркові сукупності формувалися для кожного регіону квотним методом як репрезентативні за ознаками статі, віку і типу населеного пункту. Метод збору первинної соціологічної інформації – стандартизоване інтерв'ю за місцем проживання респондентів.