

УДК 911.3:301(477)

ІНФОРМАЦІЙНИЙ РЕСУРС УКРАЇНИ: ПОГЛЯД СОЦІОГЕОГРАФІВ

Воронін І.М., Швець О.Б.

Бурхливий розвиток новітньої історії та наукової революції у другій половині 20-го ст. кардинально змінили роль і зміст інформації в сучасному суспільстві. сьогодні інформація розглядається як об'єкт міжгалузевого дослідження не тільки збоку так званих "технарів", але, насамперед, серед гуманітаріїв. Така "зміна віх" пов'язана з поширенням інформаційних технологій в різних сферах людської діяльності. Для соціогеографів інформація та засоби, які її виробляють, передають, накопичують, становить певний інтерес як особливий вид територіального ресурсу.

Інформаційний ресурс, який можна трактувати як сукупність певних сфер діяльності, пов'язаних із забезпеченням всіх членів суспільства інформацією, а також суспільний резонанс, який створюється під впливом інформації – це не від'ємна частина сьогодення. У географічній літературі поки що не сформовано єдиного погляду на зміст поняття "інформаційний ресурс території". Нам здається, що це комплексно утворення, яке повинно розглядатись як сукупність двох компонентів: *інформаційно-телекомунікаційного комплексу* (ІТК) та *інформаційно-резонансного комплексу* (ІРК).

ІТК – це міжгалузевий комплекс, що являє собою сукупність галузей (виробництв) економіки, діяльність яких прямо чи посередньо спрямовано на забезпечення всіх членів суспільства повною, достовірною і своєчасною інформацією [4].

ІРК – це сукупність геопросторових образів, які виникають в суспільній свідомості під впливом інформації. Відомо, що серед усіх засобів інформаційного впливу на суспільство найбільш ефективними визнано засоби масової інформації (ЗМІ). Саме ЗМІ-інформація може стати провідником суттєвої зміни географічного простору країни, зполітизувати його, наповнити емоціями, прихованими змістами, міфами, створити передумови для проявлення соціокультурної конфліктності. ЗМІ-інформацію порівнюють з провідним чинником перебудови географічного простору в геополітичній [5,6].

Структуру ІРК можна уявити як сукупність суспільно-просторових образів та іміджів. Термін "імідж" був залучений до наукової свідомості із політології. На відміну від образу, в іміджі головне не те, що є в реальному житті, а те, що потрібно суспільству, те, що воно хоче бачити. Тобто імідж повинен співпадати з очкуваннями людей, з їх стереотипами мислення. Суб'єктивна ЗМІ-інформація на відміну від об'єктивної

наукової створює саме іміджеві, а не образну реальність. Географічні дослідження технології моделювання іміджу країн та регіонів, а також їх впливу на соціально-географічні системи держав повинні поступово опановуватись і вже опановуються соціогеографами України [3].

У структурі інформаційно-телекомунікаційного комплексу досить чітко виділяються три групи галузей: *виробництво інформаційного продукту, виробництво засобів виробництва інформаційного продукту, а також доставка інформаційного продукту і надання інформаційних послуг.*

Першій групі галузей приділяється функція виробництва (генерації) інформації, її збору й обробки, накопичення і збереження. Генерацією інформації в залежності від її виду займаються державні установи і їхні служби, статистичні органи (офіційна інформація), науково-дослідні організації, навчальні заклади (науково-технічна інформація), підприємства економіки (економічна інформація), окремі індивіди (загальнокультурна та особиста інформація). Збором і обробкою інформації, тобто доданням їй визначеної форми, тематичним “сортуванням”, як правило, займаються самі ж виробники, але доводять її до масового користувача засоби масової інформації і рекламні агенції. Процес накопичення і збереження інформації полягає в створенні так званих “баз даних”, що можуть бути традиційними - бібліотеки, архіви й електронними, створенням яких займаються або самі виробники інформаційного продукту або спеціально створені структури [2].

Друга група галузей – виробництво засобів виробництва інформаційного продукту містить у собі виробництво обладнання і його технічне забезпечення. Це, головним чином, такі галузі машинобудування, як виробництво телерадіоапаратури, виробництво ЕОМ, виробництво засобів зв'язку (комутаційного обладнання і кабельної продукції) і виробництво типографського обладнання і множинної техніки.

Третя група – доставка інформаційного продукту і надання інформаційних послуг, головним чином, послуг зв'язку. У процесі інформатизації суспільства функції зв'язку кардинально змінюються. Якщо раніш він лише забезпечував індивідуальні контакти, то тепер його головна функція - розподіл у просторі величезних масивів інформації і забезпечення її доступності кожному, кому вона потрібна.

Зв'язок, як галузь економіки, має свою досить складну структуру. Усі засоби зв'язку можна розділити на дві великі групи: *поштовий зв'язок і електрозв'язок.* І якщо у поштового зв'язку його структура і принципи організації за багато сторіч практично не змінилися (змінювалась лише технологія обробки і доставки пошти), то електрозв'язок перетерпів революційні зміни, що довелися на 20 ст.: від винаходу радіо Поповим наприкінці 19 ст. до створення супутникових систем і Інтернету наприкінці 20-го. На сьогодні, розвиток засобів зв'язку на підставі новітніх інформаційних технологій дозволило створити цілу систему телекомунікацій: локальні і регіональні мережі, роздроблені до того ж по видах зв'язку були поєднані в глобальну багатфункціональну інформаційно-телекомунікаційну систему.

Інформаційно-телекомунікаційний комплекс України знаходиться тільки в стадії зародження. Але, основні галузі даного комплексу вже подані в економіці країни.

Перша група галузей, що займаються генерацією, збором і обробкою, накопиченням і збереженням інформаційного продукту подана системою державних установ законодавчої і виконавчої влади всіх рівнів, установами статистики, державними архівами, бібліотеками різних профілів, системою наукових установ і ін.

Мережа бібліотек і бібліотечних фондів в Україні нараховує 20,8 тис. установ. При цьому намічається стійка тенденція до зниження їхнього числа. Так з 1991 р. по 2001 р. кількість бібліотек зменшилося на 5,1 тис., з них більш 60% у сільській місцевості. Національний архівний фонд України включає близько 700 установ і більш 55 млн. одиниць збереження інформації. Однак як у бібліотеках, так і в архівах інформація подана у виді традиційних баз даних – друківаних і рукописних джерел. Установи Державного комітету статистики України розташовані у всіх 27 суб'єктах державності: 24-х областях, Автономній Республіці Крим і містах Києві і Севастополь. На початку 2001 р. в Україні діяло більш 1,5 тис. наукових, науково-дослідних і навчальних закладів, у т.ч. близько 790 НДІ і 160 вузів [8].

Група галузей, які виробляють засоби виробництва інформаційного продукту в Україні подана, головним чином, підприємствами машинобудівного комплексу, що займаються виробництвом телерадіоапаратури і її комплектуючих, збиранням комп'ютерної техніки по закордонних технологіях і виробництвом кабельної продукції. У даній сфері функціонує більш 20 великих підприємств, розташованих у Києві, Одесі, Харкові, Львові, Дніпропетровську, Сімферополі, Севастополі, Чернівцях. Усього ж підприємства даної сфери розташовані в 14 областях України, найбільша кількість підприємств припадає на м. Київ (18%), м. Харків (14%) і м. Севастополь (12%) [7].

Доставкою інформаційного продукту і наданням інформаційних послуг споживачу в Україні, займаються установи, які безпосередньо виробляють і накопичують інформаційний продукт – держустанови, архіви, бібліотеки і ін., про які вже говорилося, а також підприємства зв'язку. На останніх зупинимось докладніше. Система телекомунікацій (засобів зв'язку) на сьогоднішні в Україні подана двома традиційними галузями: поштовим й електров'язком.

На долю поштового зв'язку припадає близько 8% послуг зв'язку. Головними чинниками зниження частки поштового зв'язку стали низька платоспроможність населення і конкуренція з боку як електров'язку – більш мобільного й оперативного, так і комерційних структур, що з'являються, у поштової справі. Природним монополістом у наданні поштових послуг, на сьогоднішній день, є ДП "Укрпошта", що має надзвичайно складну ієрархічну структуру (сотні вузлів, тисячі відділень зв'язку, десятки тисяч працівників, кілька тисяч поштових маршрутів). Крім того, оперативна діяльність даного підприємства ще ускладнена необхідністю надання універсальних послуг поштового зв'язку, що мають соціальну спрямованість (наприклад, виплата соціальних пенсій). В наслідок цього середній термін проходження

кореспонденції в межах України складає 3-5 доби, при світовому стандарті 1-2 доби [9].

У послугах електрозв'язку значна частка припадає на телефон – 67%. У структурі телефонного зв'язку на міжнародний і міжміський зв'язок припадає 42,1%, а на міський і сільський – відповідно 22,7% і 2,2%. У сучасних економічних умовах міжнародний і міжміський зв'язок найприбутковий, міський – у межах самооплатності, а сільський – збитковий. Ця тенденція і визначає розвиток первинних (кабельних) телефонних мереж. Серед 1 тис. комерційних операторів, що одержали ліцензію Мінзв'язку України, більша частина надає послуги міського і міжміського зв'язку, а сільським зв'язком практично ніхто не займається. Загальна чисельність стаціонарних телефонів в Україні перевищує 10 млн. апаратів. Середній рівень телефонізації в Україні складає близько 20 телефонів на 100 мешканців, що в двох менш аналогічних показників у розвинутих країнах (45-50 телефонів на 100 мешканців). Найвищий рівень телефонізації в країні в містах Києві – 45 на 100 мешканців, Севастополі (33), Запорозжі (24), найнижчий – у Закарпатті (11), Вінниці (14) і Івано-Франківську (15). Природним монополістом у телефонній галузі є національний оператор зв'язку ВАТ “Укртелеком”, послугами якого користується більш 10 млн. чол. і на його частку припадає 75% послуг телефонного зв'язку. З одержанням у 2002 р. міжнародного коду “380” Україна вийшла з єдиного телефонного простору СНД. Це стало ще одним важливим атрибутом державності. Тепер вихід на міжнародні лінії здійснюється не через комутаційні АТС Росії, а через власні міжнародні центри комутації (МЦК): у Харкові – що обслуговує північний напрям, у Львові – захід, у Луганську – схід і в Одесі – південний напрям. Ще одна проблема в телефонному секторі послуг зв'язку, це застаріле обладнання АТС (з 18 тис. АТС, тільки 10% – сучасні електронні, інші – застарілі релейні) і аналогові (замість сучасних цифрових) лінії зв'язку. Ведеться будівництво оптоволоконних ліній зв'язку “Дніпро-Донбас”, “Таврія”, “Схід”, “ІТУР” і ін. [8,10].

Бурхливо розвивається мобільний зв'язок. На його частку припадає 18,1% послуг зв'язку. Мобільним зв'язком вже покрита територія країни, на якій живе більш 63% населення. Однак послугами даного виду зв'язку користується тільки близько 1 млн. чол. (Для порівняння в розвинутих країнах частка мобільного зв'язку – близько 35%, а кількість користувачів складає: у США – 127 млн. чол., у ЄС – 114). Наприкінці 2001 р. послуги стільникового зв'язку в Україні надавали 5 операторів. Лідерами даного ринку послуг є СП “Український мобільний зв'язок”-“UMC”, ЗАТ “Київстар GSM” та Товариство “Цифрові стільникові мережі”-“DCC”. У найближчій перспективі послуги мобільного зв'язку буде надавати і національний оператор ВАТ “Укртелеком” [1].

Телеграфія на сьогоднішні в Україні знаходиться у глибокій кризі. На телеграф припадає усього 1,5% послуг зв'язку і його частка неухильно знижується.

Комп'ютерний зв'язок почався розвиватися в Україні з 1990 р. Сьогодні його частка в послугах зв'язку складає 2,2%. Розвиток українського сегмента мережі Інтернет бере свій початок із грудня 1992 р., коли був зареєстрований домен “UA”. Понад 1%

населення України вже активно користується послугами Інтернет (для порівняння аналогічний показник у США – 30%, у Японії – 16%, у Росії – 1,5%). Інтернет-послуги в країні надають 260 провайдерів, український сегмент мережі Інтернет нараховує більш 1 тис. WEB-серверів. Однак до 9% вітчизняних WEB-сайтів розміщені за межами України (до 5% серед них - у Росії). Головна причина – можливість безкоштовного розміщення інформації. У територіальній структурі Інтернет-контенту (Інтернет-послуг) виділяється столиця – на її частку припадає 46%, потім після величезного розриву іде Донецьк – 8%, Одеса і Харків – по 6%, на інших же адміністративних територіях частка Інтернет-контенту – близько 1%, мінімальна – в Івано-Франківську, Чернівцях і на Волині – менш 0,5%. Однак темпи росту даного виду послуг в Україні наближаються до середньоєвропейських – до 40% у рік (у країнах ЄС – 50-55%) [1].

На долю телерадіомовлення припадає 3,2%. Ефірні мережі охоплюють 85% території країни й обслуговують 89% населення. В українському ефірі сьогодні мовлення веде три загальнонаціональних каналів: УТ-1, що покриває 98% території країни, УТ-2 (“1+1”) – відповідно 95% і УТ-3 (“Інтер”) – 62%, а також комерційні канали: “Новий канал”, СТБ, ICTV, М-1. Крім того, практично у кожному адміністративному суб’єкті мовлення ведуть власні регіональні телерадіокомпанії, усього 332. Мережі кабельного телебачення обслуговують по офіційним даним 0,5 млн. населення країни, а по неофіційним – до 2 млн. Супутниковим телебаченням користається менш 1% населення України [1].

І останнє. Головна причина настільки повільного розвитку інформаційно-телекомунікаційного комплексу в нашій країні – відсутність належного фінансування. Так, на розвиток інформаційних технологій у США виділяється 250 доларів на рік, у Польщі – 28 доларів, в Україні – усього 3. А за рівнем розвитку ІТК наша країна знаходиться на 42 місці у світі. Але процес формування вже почався і це позитивна тенденція.

Список літератури

1. Актуальні проблеми інформаційної безпеки України. Аналітична доповідь УЦЕПД // Національна безпека і оборона. – 2001. – №1. – С. 2-59.
2. Алисов Н.В., Хорев Б.С. Экономическая и социальная география мира (Общий обзор). – М.: Гардарики, 2000. – 704 с.
3. Багров Н.В., Швец А.Б., Самулев А.А. Географическая имиджелогия: свидетельство о рождении // Культура народов Причерноморья. – 2001. – №25. – С. 187-194.
4. Воронин И.Н. География связи: трансформация отрасли // Культура народов Причерноморья. – 2002. – №30. – С. 9-11.
5. Замятин Д.М. Моделирование географических образов: пространство гуманитарной географии. – Смоленск, 1999. – С. 12-14.
6. Колосов В.А., Тикунов В.С., Заяц Д.В. Мир в зеркале средств массовой информации: использование анаморфоз в политико-географическом анализе // Вестник МГУ. Сер. 5. География. – 2000. – №2. – С. 3-8.

7. Максименко О.Л. Інформаційна діяльність. Проблеми інтеграції України в світовий інформаційний простір // Маркетинг в Україні. – 2000. – №30. – С. 28-31.
8. Статистичний щорічник України за 2000 р.
9. Яшук Л.О. Державна пошта України: напрями розвитку // Зв'язок. – 2000. – №4. – С. 52-57.
10. <http://www.uceps.com.ua>

Стаття поступила в редакцію 12.02.2003 г.