

ВИЗНАЧЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ПОТРЕБ НАСЕЛЕННЯ ТА РІВНЯ ЇХ ЗАДОВОЛЕННЯ

ДВОРНИК М. О.

УДК 330.101.52:004

Дворнік М. О. Визначення інформаційних потреб населення та рівня їх задоволення

У статті досліджено та проаналізовано статистичними методами рівень задоволення інформаційних потреб населення завдяки розробленій анкеті, яка дасть змогу детальніше ознайомитися з рівнем розвитку інформаційного суспільства.

Ключові слова: інформаційні потреби населення, рівень задоволення, статистичні методи.

Рис.: 1. **Бібл.:** 5.

Дворнік Марія Олександрівна – аспірантка, Класичний приватний університет (вул. Жуковського, 70 Б, Запоріжжя, 69002, Україна)

E-mail: mironenko.mariya@mail.ru

УДК 330.101.52:004

Дворник М. А. Определение информационных потребностей населения и уровня их удовлетворения

В статье исследован и проанализирован статистическими методами уровень удовлетворения информационных потребностей населения благодаря разработанной анкете, которая даст возможность подробнее ознакомиться с уровнем развития информационного общества.

Ключевые слова: информационные потребности населения, уровень удовлетворения, статистические методы

Рис.: 1. **Библ.:** 5.

Дворник Мария Александровна – аспирантка, Классический приватный университет (ул. Жуковского, 70 Б, Запорожье, 69002, Украина)

E-mail: mironenko.mariya@mail.ru

UDC 330.101.52:004

Dvornik M. A. Definition of Information Demands of the Population and Level of their Satisfaction

In article is explored and analyzed by statistic methods the level of satisfaction the information needs of population due to developed questionnaire, which will give opportunity more detailed will become familiar with the level of development of informative society.

Key words: information demands of the population, level of satisfaction, statistic methods.

Pic.: 1. **Bibl.:** 5.

Dvornik Mariya A. – Postgraduate Student, Classic Private University (vul. Zhukovskogo, 70 B, Zaporizhzhya, 69002, Ukraine)

E-mail: mironenko.mariya@mail.ru

Входження в стадію «інформаційного суспільства» неможливо без створення єдиного інформаційного простору – поєднання глобального (світового), національного й регіональних інформаційних просторів.

Інформаційний простір – це [1]:

- ✦ сукупність банків і баз даних, технологій їх су-
проводу та використання;

- ✦ інформаційні телекомунікаційні системи, що функціонують на основі загальних принципів;
- ✦ організації, що забезпечують інформаційну взаємодію;
- ✦ громадяни, інформаційні потреби яких задовольняються.

Для задоволення різних потреб необхідна інформація різного типу й походження. Треба відзначити, що

інформаційні потреби населення можливо задовольнити не тільки в мережному інформаційному просторі, але й традиційним засобами – в освітньому процесі в школі і в інших навчальних закладах, а також шляхом читання книг, газет, журналів. Тобто потреба в інформації є передумовою її споживання.

Дослідники вважають, що інформаційні потреби – це усвідомлена необхідність отримання окремим споживачем чи колективом, групою споживачів інформації, яка відповідає характеру їх роботи, темам дослідження, напрямкам навчання, самоосвіти, інтересам тощо.

Отримана інформація, яка викликана ініціативою споживача як предмета інформаційної потреби, багато в чому залежить від усвідомлення ним відповідальності за рішення чи виконання поставленого завдання.

Кожна людина і кожна інформаційна спільнота використовують інформацію у різний спосіб. Класифікація інформаційних потреб за функціональною ознакою найбільш важлива з точки зору задоволення інформаційних потреб і оцінювання економічного ефекту такої діяльності.

Існують різні підходи, наприклад, Девід Ніколас [2] виділяє п'ять головних функцій: функцію пошуку даних; функцію оперативної поінформованості; дослідницьку функцію; ознайомчу функцію; стимулюючу функцію.

Дворкіна М. Я. [3] виділяє зміст інформаційних потреб за такими ознаками: пізнавальні; навчальні; професійні; рекреаційні.

Інформаційні потреби значно складніше охарактеризувати, ніж будь-які інші потреби, але можна виділити три етапи розвитку інформаційного простору, який покликаний ці потреби задовольнити [4].

Перший функціональний етап – це оцінювання та розвиток можливості задовольнити потреби, при реалізації якого необхідно визначити, на якому рівні громадяне забезпечені засобами передачі інформації. Прикладом є забезпеченість домогосподарств та організацій телевізорами, комп'ютерами, телефонними апаратами, а також накладами книг, журналів, газет тощо.

Другий функціональний етап – це виявлення інформаційних потреб, в якому безпосередньо включено реалізацію поділу інформаційних потреб на: економічні (професійна діяльність, споживання товарів і послуг, фінансова діяльність); пізнавальні (інформаційно-довідкова, освітня сфера, огляд поточних подій); рекреаційні (спорт і туризм, історико-культурна, пізнавально-розважальна сфера); соціально-організаційні (взаємодія з владою, взаємодія з юридичними організаціями, взаємодія з громадськими організаціями).

Третій функціональний етап – це виявлення та розв'язання проблем, які виникають при взаємодії потреб користувачів та можливостей інформаційного простору, зокрема система безпеки отримання інформації. Прикладами сучасних нагальних проблем є захист користувачів Інтернету та мобільного зв'язку від спаму, розповсюдження порнографії, економічного шахрайства в мережному просторі.

В Україні сучасна система статистики виконує важливу роль у дослідженні процесу розвитку та ста-

новлення інформаційного суспільства, але переважно це стосується юридичних осіб. Інформацію щодо населення органи статистики збирають шляхом вибіркового обстеження, до яких питання про рівень задоволення інформаційних потреб населення не входять.

Для з'ясування рівня задоволення інформаційних потреб населення було розроблено спеціальну анкету. Аудиторією опитування стало населення Запорізького регіону різного роду діяльності та різного віку.

Перші питання анкети дали змогу визначити кількість осіб, їх вік, освіту та сферу діяльності. Проаналізувавши відповіді на ці питання, ми визначили, що найбільша кількість опитуваних мають вищу освіту, що становить 36% опитуваних, по 17% опитуваних мають середню та середньо-спеціальну освіту, 13% респондентів одержали середньотехнічну, 16% має незакінчену вищу та лише 1% опитуваних одержали середню незакінчену освіту.

Наступні питання відносяться до діяльності громадських організацій, які показують, що 45% опитуваних незацікавлені в діяльності цих організацій, 41% відповіли, що цікавляться, але участі не беруть, і 14% є членами таких організацій. Також громадські організації використовують для розповсюдження інформації щодо своєї діяльності як інформаційні канали найбільше мережу Інтернет, що становить 34%, на другому місці ЗМІ – 23%, друковані видання та особисті канали мають по 16%, а масові заходи – лише 11%. Найбільший відсоток опитуваних віддали перевагу мережі Інтернету, як каналу, по якому вони отримують інформацію про діяльність громадських організацій. Такий вид питань дає змогу виявити зацікавленість суспільства діяльністю громадських організацій і те, що інформацію щодо цих організацій вони знаходять найчастіше в мережі Інтернет та в ЗМІ.

Другий блок запитань належить до історико-культурної сфери. Так, було з'ясовано, що 59% опитуваних зацікавлені в історії. На запитання «Чи цікавитеся ви мистецтвом? Якщо так, то яким?» було отримано відповіді, що 30% опитуваних респондентів цікавить музика, 29% зацікавлені в театрі та кіноматорграфії, 18% віддають перевагу літературі, 12% опитуваних відповіли, що вони зацікавлені іншими сферами та 11% цікавить живопис. Серед засобів отримання інформації по вищенаведених сферах переважає телебачення, потім мережа Інтернет, однакова кількість опитуваних віддали перевагу художній літературі та розповідям людей. Відношення опитуваних респондентів відображено на *рис. 1*. Що стосується питання оплати за надання потрібної інформації, частки опитуваних розподілились так: 51% – можливо, все буде залежати від ціни; 41% – затратять 10 500 годин в мережі Інтернет, але знайдуть самі; 8% – готові платити за надану інформацію. Це свідчить, що велика кількість людей зацікавлена в інформації щодо історії свого народу та мистецтва, але не всі готові платити за потрібну інформацію в історико-культурній сфері.

Спираючись на питання, які відносяться до сфери спорту і туризму, можна сказати, що 56% опитуваних не займаються спортом, але 44% респондентів все ж таки цікавляться і займаються спортом. На запитання «Слідкуєте ви за подіями, які виникають у сфері спорту та

туризму?» 47% респондентів відповіли ствердно, а 53% обрали відповідь «Ні». Необхідну інформацію опитувані отримують з мережі Інтернет, потім з ЗМІ та друкованих видань.

Також анкета містить питання, пов'язані із взаємодією з владою, і, проаналізувавши склад відповідей, можна стверджувати, що велика кількість респондентів рідко взаємодіють з представниками влади.

обирають спеціалізовану інформацію, а 11% опитуваних цікавить культура. Під час пошуку інформації 36% респондентів стикаються з проблемою недостовірності інформації, 30% натикаються на інформацію, яка не містить об'єктивної точки зору, 19% взагалі не можуть знайти цікаву їм інформацію і лише 15% опитуваних задоволені якістю отриманої інформації. Це свідчить, що потреби в інформації по тій чи іншій тематиці зростають,

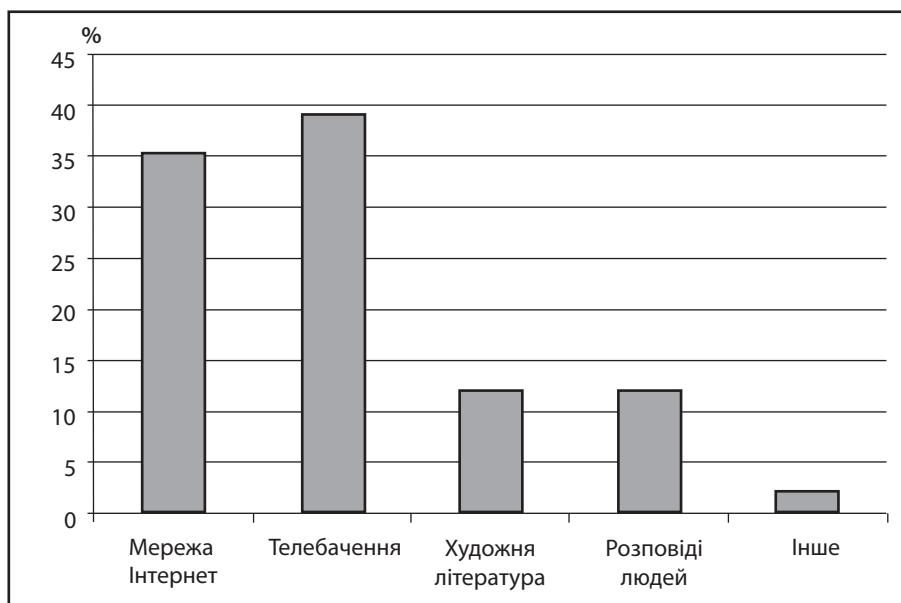


Рис. 1. Відношення опитуваних респондентів, щодо засобів отримання інформації

Наступні питання анкети відносяться до інформації взагалі. На запитання «Чи є у вас в професійній діяльності необхідність в отриманні (пошуку) нової інформації?» 81% опитуваних відповіли ствердно і 19% обрали відповідь «Ні». Це свідчить, що є зацікавленість робітників в удосконаленні своїх навичок у роботі завдяки отриманій інформації. Щодо каналів отримання інформації опитувані надали перевагу мережі Інтернет – 39%, 28% знаходять її в ЗМІ, 15% користуються спеціальними виданнями, 12% використовують «усне спілкування» та 6% опитуваних знаходять потрібну їм інформацію через «Виставки та ярмарки». На питання «Чи легко вам дається отримати потрібну інформацію?» 20% респондентів відповіли ствердно, 73% опитуваних зазначили, що не завжди, а 7% обрали відповідь «Ні». Це значить, що на сьогоднішній день потрібну інформацію не завжди можна отримати легко і що вона найчастіше доступна як платна, так і безкоштовна. Серед опитуваних 48% респондентів готові затратити до 50 грн за задоволення потреб у професійній інформації, 22% опитуваних готові сплатити до 100 грн і 20% – до 200 грн, а 9% утримались від відповіді.

На запитання «Звідки ви отримуєте інформацію про поточні події в місті / державі / світі?» 52% обрали телебачення, 32% віддають перевагу мережі Інтернет, 10% отримують інформацію з періодичних видань і 6% обрали інші канали передачі інформації. Виявилось, що серед респондентів 30% опитуваних зацікавлені в розважальній інформації, 23% цікавляться всіма видами інформації, 20% респондентів цікавить політика, 16%

але під час пошуку виникають проблеми з отриманням та якістю цієї інформації.

Ще одна група питань відноситься до співпраці чи взаємодії з юридичними організаціями. Аналізуючи відповіді на питання, можна сказати, що 66% опитуваних взаємодіє з цими організаціями, а 34% обрали відповідь «Ні». Більше, ніж середня кількість опитуваних вважає, що послуги цих організацій потрібні в повсякденні, але не часто. На запитання «З яких каналів ви знаєте про послуги юридичних організацій?» 39% відзначили особисті канали, 27% дізнаються з мережі Інтернет, 15% ознайомлюються з друкованими виданнями, 11% довідуються з ЗМІ та 8% обрали інші канали здобуття інформації щодо цих організацій. Майже рівно ділиться думка опонентів щодо оплати праці юриста, що свідчить про досвід взаємодії з юридичними організаціями та про значущість послуг, які надають ці організації.

Серед запитань були й такі, якому виду пізнавально-розважальної діяльності ви віддаєте перевагу, на що 26% опитуваних відповіли, що вони обирають перегляд відеофільмів, 20% – займаються читанням книг, 17% – слухають музику і відвідують концерти, 16% опитуваних обирають подорожувати, 16% краще пограють чи посидять за комп'ютером а 8% опитуваних обрали відвідування музеїв, експедицій.

На запитання «Чи збираєтесь ви найближчим часом підвищувати свою кваліфікацію?» 51% опитуваних відповіли ствердно, а 49% обрали варіант «Ні». Це свідчить про зацікавленість населення в освоєнні нових знань, але проблема складається їх в пасивності до здо-

буття цих знань, навичок. Серед опитуваних, які згодні підвищити свою кваліфікацію, більшість респондентів (35%) обрали форму самоосвіти, 31% опитуваних віддають перевагу заочній формі, 19% відвідували би денну форму, а 15% обрали дистанційну форму навчання. Серед форми самоосвіти респонденти обрали мережу Інтернет та книги як джерело потрібної інформації.

Останні питання в анкеті відносяться до інформаційно-довідкових послуг, які показали, що найбільша кількість опитуваних про розклад транспорту дізнається з довідкових вокзалу. Найбільш актуальною серед інформаційно-довідкових послуг 43% опитуваних вважають новини щодо погоди, та 17% респондентів обрали цей вид послуг як такий, за який вони готові заплатити.

Опитування показало, що більшість респондентів готові та мають бажання збільшувати свої знання, удосконалювати свої навички праці. Більшість опитуваних зацікавлені в діяльності громадських і юридичних організацій та готові взаємодіяти з ними. Також серед більш вживаних каналів здобуття будь-якого характеру інформації виявились такі, як: мережа Інтернет, ЗМІ і друковані видання.

ВИСНОВКИ

Якість обслуговування замовників статистичної інформації щодо розвитку інформаційного суспільства залежить від системи збору та обробки відповідних

даних. Для покращення ефективності виявлення рівня задоволення інформаційних потреб населення пропонується проводити опитування населення держави силами органів статистики. ■

ЛІТЕРАТУРА

1. Вільна енциклопедія. Вікіпедія [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://uk.wikipedia.org>.
2. **Ніколас Д.** Оцінка інформаційних потреб : методи і технології : Пер. с англ. / Д. Ніколас. – Лондон : Асліб, 1996. – 76 с.
3. **Дворкина М. Я.** Информационное обслуживание : социокультурный подход / М. Я. Дворкина – М. : ИПО «Профиздат», 2001. – 112 с.
4. **Дворнік М. О.** Етапи розвитку інформаційного суспільства та проблеми його статистичного відображення. / М. О. Дворнік // Наука і вища освіта: тези доповідей учасників XVIII Міжнар. наук. конф. студентів і молодих учених, м. Запоріжжя, 22 – 23 квітня 2010 р. : у 4 т. / Класичний приватний університет. – Запоріжжя : Вид-во КПУ, 2010. – Т. 1. – С. 335.
5. **Кісіль М. В.** Основні інформаційні потреби в галузі державної статистики [Електронний ресурс] / М. В. Кісіль, О. О. Бас. – Режим доступу : publications/kisil-bas-statistics...

Науковий керівник: д-р екон. наук, професор Класичного приватного Університету, директор Інституту економіки, (Запоріжжя) **Сергєєва Л. Н.**