

ИНТЕРНЕТ В ЖИЗНИ ШКОЛЬНИКА

Работа представлена кафедрой теоретической и прикладной социологии

Уральского государственного педагогического университета.

Научный руководитель - кандидат социологических наук, доцент Л. Е. Петрова

В статье предлагаются результаты социологического исследования, проведенного в 2007 г. в Свердловской области. Данные, представленные в статье, описывают активность взаимодействия школьников с сетью Интернет, основные виды деятельности школьников в Сети, а также сегменты интернет-аудитории среди школьников.

The article presents the results of the sociological research conducted in 2007 in the Sverdlovsk region. The presented data describe activeness of school children's interaction with the Internet, main forms of their activity in the network and segments of the Internet audience among school children.

Интернет существует в России уже более 15 лет. За этот период доступ к Глобальной сети появился не только в крупных, но и в средних городах. Можно говорить, что навык обращения с компьютером и Интернетом будет только увеличиваться, учитывая то, что 30 июня 2006 г. в рамках национального проекта «Образование» вышел приказ Минобрнауки России и Мининформсвязи России «Об организации подключения к сети Интернет образовательных учреждений, не имеющих такого доступа».

Интернет как средство массовой информации. Большинство крупных новостных компаний и информационных агентств обладают собственными сайтами в сети Интернет. Существует принципиальное отличие Интернета и телевизионных СМИ. Это отличие в том, что телевизионный выпуск новостей регламентирован по времени и содержанию, в свою очередь, новости в Сети не имеют такой четкой временной и тематической регламентации. Пользователь в любое время может обратиться к Интернету СМИ. Более того, СМИ в Интернет позволяют пользователю самому выбирать логику просмотра новостных событий (тематика, интересная потребителю, а не вся информация, представляемая в новостном выпуске по ТВ) и новостных ресур-

сов, а также прочитать новости прошлого дня, недели или месяца. Для нашего исследования это особенно важно, ибо выбор, отбор информации осуществляется самим пользователем свободно и независимо.

Интернет может выступать как электронный справочник или даже как библиотека. В сети Интернет существует большое количество электронных энциклопедий, словарей, справочников и даже первоисточников различных текстов (от работ Платона и Аристотеля до книги Ф. Диксона «Клубная культура», запрещенной для продажи). Интернет является менее затратным по времени ресурсом, чем классическая библиотека или справочник, что делает Сеть более привлекательной как источник получения оперативной информации.

Интернет - это также своеобразный банк мультимедийных данных: в Сети можно обнаружить любые аудио-, видео- или графические работы (от экранизаций Шекспира до порнографии или пыток военнопленных). В Интернете практически нет цензуры, что несет как позитивный (доступ к запрещенным по идеологическим причинам текстам или видеоматериалам), так и негативный (доступ молодежи к сценам насилия, порнографии и т. д.) аспекты.

Интернет является не только сред- ством массовой коммуникации, но и в опре- деленном роде социальным пространством. Интернет - это технологический ресурс и среда со своим культурным потенциалом, собственным сленгом и определенными ценностями. Мы предполагаем, что глав- ным фактором включения в Интернет как социальное пространство является навык обращения с компьютерной техникой. Именно личный опыт взаимодействия с компьютером и Интернетом определяет степень заинтересованности в использо- вании компьютерных технологий. Навык использования персонального компьютера определяет возможность индивида пользо- ваться ресурсами сети Интернет, поскольку только опытный пользователь может работать в Сети, так как без «стажа» рабо- ты в компьютерном интерфейсе человеку трудно разобраться в инструментальных аспектах, не говоря уже о технической сто- роне вопроса, которую не знают даже мно- гие опытные пользователи.

По мере освоения возможностей сети Интернет индивид сталкивается с такими формами общения, как ICQ, чат и форум. Даже в большей степени чат и форум, по- скольку техническая организация после- дних предполагает возможность появления социальных общностей. То есть вокруг кого-либо ресурса с наличием форума или чата складывается социальная общность со своими нормами, ценностями, интересами и «МЫ»-чувством. По мере возрастания интереса индивида к тем или иным тематикам он сначала на уровне зрителя, а затем и на уровне члена сообщества включается в социальную общность, действующую в киберпространстве.

Еще одним немаловажным аспектом социального пространства Интернета явля- ется возможность заработка. Сеть позволя- ет простому пользователю не только опе- ративно искать работу и заниматься рас- сылкой резюме, но и зарабатывать в Сети (интернет-магазины, набивка текста, сорти-

ровка и рассылка почты, веб-трейдинг и многое другое). Существуют и специфиче- ские формы заработка в сети Интернет, тре- бующие не только знания программной оболочки и пользовательских навыков, но и знания специфических программ (веб-ди- зайнеры, разработчики сайтов и программ).

Мы рассматриваем вопросы относи- тельно Интернета, с одной стороны, как показателя информационной культуры, а с другой - как фактора, способного оказать влияние на образ жизни выпускников, что требует эмпирической проверки. Исследо- вание проводилось с декабря 2006 по сен- тябрь 2007 г.

Основные методы: анкетный опрос вы- пускников полных средних школ Свердлов- ской области; анкетный опрос учителей, работающих в старших классах; анкетный опрос родителей выпускников школ; фокус- группы (групповые дискуссии) с выпускни- ками полных средних школ Свердловской области.

Поскольку базовой группой являются выпускники, то именно формирование вы- борочной совокупности по этой группе ста- ло основой выборки в целом. Выборочная совокупность многоступенчатая. Репрезен- тативность по типу поселений и по уровню социально-экономического развития тер- ритории. Итоговое распределение выбо- рочной совокупности выпускников по ти- пам поселения: города-гиганты - 27,8%, крупные города (250-500 тыс.) - 8,6%, боль- шие города (100-250 тыс.) - 8,2%, средние города (50-100 тыс.) - 8,1%, малые города (до 50 тыс.) - 21,8%, ПГТ - 10,9%, село - 14,6%. Итоговое распределение выбороч- ной совокупности выпускников по социаль- но-экономическому статусу территории: динамичные - 65,1%, средние - 20,7%, де- прессивные - 14,2%.

Нашей целью являлась типологизация выпускников как интернет-пользователей.

На основе данных мы выделили четыре уровня развития навыка обращения с совре- менными информационными технологиями:

1. «Непользователи». Около 4% опрошенных школьников вообще не умеют работать на компьютере.

2. «Пользователи персональных компьютеров». Примерно 38% выпускников умеют работать на компьютере, но не с сетевыми технологиями.

3. «Пользователи Интернета». Умеют не только работать на компьютере, но и пользоваться Интернетом около 40% школьников.

4. «Продвинутые пользователи Интернета». Обладают достаточным навыком работы с компьютерными технологиями, чтобы не только выходить в Интернет, но и работать в различных локальных сетях - 18% опрошенных школьников.

Основным параметром выделения пользователей Интернета является все же не столько навык работы с сетевыми технологиями, сколько *возможность* доступа в Сеть.

Среди тех школьников, кто обладает возможностью доступа в Интернет, большинство предпочитает «приватный» доступ. Либо это собственный дом, где проведен Интернет (треть опрошенных), либо возможность доступа в Сеть существует дома у близких друзей или у родственников, чьей помощью можно воспользоваться (20%). Примерно 20% школьников отметили, что обладают возможностью выхода в Глобальную сеть при помощи школы, так как в школе существует компьютерный класс с выходом в Интернет, а 6% могут выйти в Интернет на работе у родственников или знакомых. Данный ресурс менее популярен среди школьников, так как возможности использования служебного интернет-трафика в большинстве организаций весьма ограничены. Менее всего используют школьники такой ресурс выхода в сеть, как интернет-кафе и компьютерные клубы (4%).

Активность интернет-пользователя проявляется в частоте выхода в Сеть. Отметим, что выходят в Интернет раз в год или реже 21,5% опрошенных школьников.

Это люди, не обладающие возможностью доступа в Сеть, соответствующим навыком обращения с информационными технологиями или вообще не интересующиеся Интернетом. Не чаще чем раз в месяц выходят ситуативные пользователи - примерно 22% школьников. Выход в Сеть здесь происходит по необходимости (это поиск информации для учебы или просто интересной информации, видео или музыки). Ежедневно (хотя бы один раз в неделю) к сети Интернет обращается треть школьников, обладающих такой возможностью. Данная группа стремится периодически бывать в Интернете для реализации различных целей. Ежедневно или несколько раз в неделю в Интернет выходят более четверти выпускников.

Вышеизложенные параметры позволяют нам выделить четыре основных сегмента опрошенных (рис. 1). Основными критериями для выделения данных групп является возможность доступа в Сеть, навык работы с информационными технологиями и частота обращения респондента к Всемирной паутине:

1. Сегмент непользующихся сетью Интернет, включающий в себя людей, не имеющих доступа к сети Интернет, но обладающих различными навыками в области высоких технологий. В сегмент «непользователей» входят 25,6% опрошенных школьников.

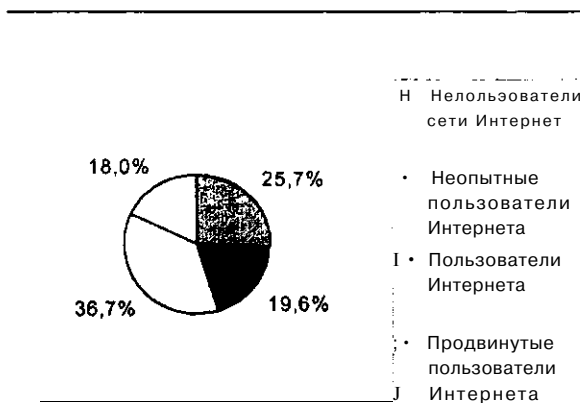


Рис. 1. Сегменты интернет-пользователей (школьники)

2. Сегмент неопытных пользователей, обладающих возможностью обращения к Сети, но из-за слабых навыков обращения с компьютером и Интернетом эти люди не могут без посторонней помощи выходить в Интернет и свободно работать в сети. 19,6% опрошенных школьников относятся к данному сегменту.

3. Сегмент пользователей Сети состоит из людей, имеющих достаточный опыт и навыки работы в Интернет и обладающих возможностью доступа в Сеть. Представители данного сегмента стараются выходить в Сеть хотя бы раз в неделю и составляют 36,6% опрошенных.

4. Сегмент продвинутых пользователей Сети (около 18% школьников) включает в себя людей, обладающих высоким навыком работы с информационными технологиями, что позволяет им работать не только в Интернете, но и в других, в том числе местных, локальных сетях. Обладая возможностью выхода в Интернет (преимущественно у себя дома), выходят в Сеть регулярно, каждый день или по крайней мере несколько раз в неделю.

При всем спектре видов деятельности Сети пользователь не ограничивается воз-

можностями выбора, но все же основной (чаще всего отмечаемой) целью выхода в Интернет для выпускника является *поиск информации для учебы*; для этого в Сеть выходят 53% опрошенных.

Более подробно остановимся на факторах, влияющих на сегментацию пользователей Интернета. В среднем четверть опрошенных не являются интернет-пользователями, и, по-видимому, объективные причины детерминируют такое положение (удаленность доступа по «приватным» каналам, отсутствие возможности использования более формальных, «публичных»). В данном случае *половые отличия* практически не влияют на сегмент, статистические различия минимальны - 23,5% юношей и 27% девушек. Статистически значимые отличия наблюдаются в сегментах пользователей, особенно в группах «неопытные» и «продвинутые» пользователи. Очевидна тенденция смещения опыта работы в Интернете в сторону более опытных в мужской группе и в сторону менее опытных в женской. Так несамостоятельных пользователей женского пола - 24,5%, а мужского - 11,4% (в отличие от продвинутых пользователей, где мужчин - 34%, женщин - 8,5%).

Можно утверждать, что выпускники школ больше интересуются сетью Интернет и обладают более развитыми навыками в сфере обращения с информационными технологиями, чем выпускницы. Во-первых, это вызвано тендерными стереотипами и мужскими ролями, которые подразумевают то, что увлечение мужчин вопросами механики, техники, технологии различного рода больше, чем у женщин. Во-вторых, это смещение обусловлено опытом компьютерных игр и открытостью доступа к общественно порицаемой информации, интересующей молодого максималиста (порнография, наркотики, терроризм), которая содержится в Сети. Эти факторы формируют навык обращения с компьютером, умение обращения с поисковыми системами и будоражат любопытство молодого человека.

Таблица 1

Цели выхода в Интернет

Цель выхода в Интернет	% от числа ответивших
Ищу научную информацию для учебы или для работы	53,4
Посещаю интересные, важные для себя сайты	44,5
Скачиваю музыку, картинки или видеофайлы	29,3
Общаются на форумах и (или) в чатах	24,9
Читают новости	16,6
Занимаются веб-серфингом	9,9
Играют в сетевые игры	9,7
Содержат собственный сайт или сервер	3,1
Пытаются найти работу или заработать в Интернете	2,2

Примечание: респондент мог выбрать несколько вариантов ответа, поэтому в сумме результаты составили более 100%.

Тип поселения незначительно влияет на умение и возможности использования Интернета. В большинстве типов поселений более половины опрошенных являются самостоятельными интернет-пользователями, хотя бы раз в неделю выходящими в Интернет. Данный феномен вызван тем, что как Екатеринбург, так и средние города Свердловской области являются динамичными (в аспекте социально-экономического развития) поселениями, в том числе и в плане информационных технологий. Влияние типа поселения может проследиваться на примере малых населенных пунктов и отдаленных поселений. Так, в селах имеется примерно 27% самостоятельных пользователей (при этом 22% рядовые пользователи и только 5% продвинутые); в поселках городского типа - 48% пользователей (увеличение затрагивает как группу рядовых пользователей - 32%, так и продвинутых - 16%); в малых городах - уже больше половины опрошенных являются интернет-пользователями (55%), из них 36,5% пользователей и 18,5% продвинутых пользователей. Таким образом, по мере увеличения поселения увеличивается и процент пользователей сети Интернет, достигая в крупных городах 60%.

Поскольку развитие технологий позволяет все большему количеству людей подключаться к Интернету (сотовые или стационарные телефоны, спутниковый или радиоинтернет), то можно предположить, что данные различия будут стираться и дальше из-за удешевления как технологических ресурсов (средств связи), так и стоимости обслуживания. Одно из объяснений стирания различия в сегментах пользователей в различных типах поселений - появле-

ние у основного регионального оператора телефонной связи возможности подключения к высокоскоростному Интернету. Данная возможность ставит в равное по возможности доступа положение все поселения, имеющие стационарные телефоны. Основными критериями дифференциации пользователей в таком случае выступает уровень доходов населения и заинтересованность в сети Интернет.

Проведенное исследование позволило сделать ряд выводов. Современный школьник включен в «киберкультуру» (т. е. во взаимодействие с сетевыми технологиями). Данное увлечение Интернетом носит характерную тендерную окраску, поскольку юноши обладают более развитыми навыками и чаще выходят в Сеть. По мере увеличения опыта взаимодействия с компьютерной техникой и Интернетом индивид начинает обращаться к различным видам деятельности в Сети. При этом первичной функцией сети Интернет являются информативная.

Возможность включения индивида в сетевые взаимодействия детерминирована информационно-технологическим контекстом поселения. Прежде всего это техническое обеспечение компьютерной техникой и возможность подключения к Интернету. Информационно-технологический контекст напрямую зависит от типа и уровня социально-экономического развития поселения. Поскольку каналы доступа носят предпочтительно «приватный» характер, немаловажным фактором включения молодого индивида в «киберпространство» и дальнейшей реализации как инструментальных ценностей, так и терминальных ценностей является материальное положение семьи.