

**Информационная культура молодёжи тюменского региона в современном
Интернет-пространстве**

Барабанова Евгения Викторовна

Студент

*Тюменский государственный университет, Международный институт финансов
управления и бизнеса, Тюмень, Россия*

E-mail: dguna-777@mail.ru

Сегодня по сравнению с прошлым, молодёжь стала развиваться на одну ступень быстрее, и это естественно, ведь мы находимся в веке, где миром правят новейшие технологии. Компьютеры приобретают всё большее значение и популярность среди молодёжи, постоянно увеличивается число людей, имеющих доступ к глобальной сети [1].

Интернет, состоящий из миллионов сайтов, несёт различную информацию и предоставляет услуги электронной почты и обмен файлами. С его помощью миллионы людей по всему миру имеют простой и быстрый доступ к большому объёму разнообразной онлайн-информации [2].

О масштабах данного явления свидетельствуют результаты социологического исследования «Информационная культура и активность молодежи в современном информационном пространстве», проведённого на базе лаборатории мониторинга регионального развития, Тюменского государственного университета, Международного института финансов управления и бизнеса

Выборочный опрос молодежи юга Тюменской области проводился в сроки – с 10 по 30 сентября 2010 г. методом анкетирования. В опросе приняли участие 1211 жителей юга Тюменской области в возрасте с 14 до 35 лет. Для обеспечения репрезентативности выборка квоцировалась по полу, возрасту, типу поселений (городское/ сельское население) и образованию.

На сегодняшний день аудитория Интернет в регионе растет высокими темпами и, можно предположить, что совсем скоро основной массив информации молодые люди будут получать в сети Интернет. В младших возрастных группах Интернет выходит на первое место в рейтинге (87% в самой младшей группе от 14 до 17 лет, 81% в группе от 18 до 22 лет). Кроме того, резко возрастает рейтинг Интернет для работников с высшим образованием (77%).

Доминирующий способ доступа молодежи к сети Интернет - домашнее подключение (91% от Интернет-пользователей). 27% выходят в сеть на работе и 9% в учебном заведении, 7% - в местах с доступом к WiFi.

Соотношение в использовании молодыми людьми различных видов Интернет-ресурсов. Безусловным лидером информационных предпочтений пользователей Интернета являются социальные сети – 70 %. Со значительным отрывом далее идут тематические сайты (47%), новостные ленты (43%) и развлекательные порталы 38%. Каждый четвертый Интернет-пользователь обращается к электронным библиотекам и энциклопедиям, каждый седьмой отметил форумы и чаты и только 6% респондентов интересуется блогами.

Самые сильные дифференцирующие признаки – возраст и уровень образования. Наиболее активны в социальных сетях самые молодые респонденты. С возрастом уси-

ливается интерес к тематическим и новостным сайтам и падает к развлекательным порталам (с 28-летнего возраста лидеры рейтинга Интернет-ресурсов набрали почти одинаковое количество голосов (около 53%)).

Рейтинг новостных сайтов повышается с возрастом и уровнем образования. 54% респондентов с 28 лет, 57% работников с высшим образованием отдают предпочтение новостным сайтам.

Развлекательные порталы наибольшую популярность имеют среди учащихся техникумов и ПТУ (51% этой группы выбрали этот вариант при средней – 38%).

К официальным сайтам государственных структур и организаций обращаются в целом по выборке 13% пользователей Интернет. Это в основном молодежь с 23 лет, с высшим образованием, работающая или студенты вузов.

Предпочтительные виды сервисов для разных групп молодежи. Молодежь региона достаточно активно использует следующие возможности Интернет: просматривают телепередачи в режиме on-line 55% Интернет-пользователей, у 42% есть опыт высказывания своего мнения по поднимаемой проблеме, 40% заказывали услуги, делали покупки, 39% бронировали или покупали билеты, 24% оплачивали услуги, кредиты, налоги, и еще 24 % консультироваться у специалистов on-line.

Мужчины в целом несколько активнее используют возможности Интернет. Они чаще участвуют в форумах, дают объявление, просматривают передачи on-line, высказывают свое мнение по проблеме.

Материальный фактор – важный дифференцирующий признак. Более благополучные в материальном отношении слои молодежи интенсивнее используют возможности, которые предоставляет Интернет. Они чаще консультируются у специалистов on-line, заказывают услуги и товары, делают покупки, оплачивать услуги, кредиты, налоги, просматривать в режиме on-line телепередачи.

На отдельный вопрос «Посещаете ли Вы форумы?» положительно ответил каждый пятый пользователь Интернет. Мужчины посещают форумы практически в два раза чаще, чем женщины, школьники чаще, чем все остальные (29%), среди старших возрастных групп – чаще это молодые люди с высшим образованием (25%). С 28 летнего возраста интерес к форумам заметно падает. Приоритетная обсуждаемая тематика на форумах: 1) актуальные новости; 2) проблемы образования и трудоустройства; 3) темы, связанные с профессиональной деятельностью; 4) спорт; 5) темы, связанные с хобби; 3) форумы автолюбителей и 4) игровые. Кроме того, были даны следующие ответы: «о недвижимости», «о политике», «здоровье», «дети».

Для того, чтобы привлечь молодежь, сайт в первую очередь должен соответствовать трем базовым параметрам, предъявляемым молодежью к сайтам. Это актуальная информация, постоянно обновляющаяся, достаточная скорость загрузки и удобная навигация по сайту с четким тематическим делением.

Проект создание молодежного регионального портала поддерживает 70% респондентов, участвовавших в выборочном исследовании. Тематика портала должна быть ориентирована на интересы молодежи и удовлетворять самые разнообразные ее потребности в учебной, деловой, досуговой информации.

Актуальная постоянно обновляющаяся информация, четкий рубрикатор, наличие информации действительно-практического характера и современный яркий дизайн – важнейшие характеристики сайта, которые и являются условиями его популярности. Все

прочее наполнение (видеоинформация, возможность общения на сайте, возможность оставить свои комментарии и т.п.) являются лишь дополнительными желательными опциями сайта, которые сами по себе не могут привлечь Интернет-пользователей, но оказывают некоторое влияние на его рейтинг.

Таким образом, Интернет для современной молодежи приобрел статус вещи «без которой невозможно жить». На сегодняшний момент Интернет выполняет многие функции, которые раньше осуществляли традиционные СМИ – радио, телевидение, печатные издания. И хотя молодежь пока еще смотрит телевизор и слушает радио, но она все чаще это делает посредством того же интернета.

Литература

1. Интернет и молодежь: кто выйдет победителем (электр. ресурс)/ режим доступа// [http:// http://www.ruslife.ru](http://www.ruslife.ru)
2. Сулейманов, Э. Интернет в жизни молодёжи (электр. ресурс)/ режим доступа// <http://gazeta-bip.net>