

Повседневные практики использования интернета студентами московских вузов

Научный руководитель – Станевич Анастасия Юрьевна

Воронина Анастасия Владимировна

Студент (бакалавр)

Московский государственный лингвистический университет, Москва, Россия

E-mail: Voronina.nastya1999@mail.ru

Актуальность работы заключается в нескольких аспектах:

- 1) Во-первых, мы живём в эру технологического процесса - с каждым годом происходит развитие окружающей среды. Новая технология «Интернет» существенно изменила привычные повседневные практики людей, а также породила совершенно новые. В свою очередь повседневные практики являются основой социального действия в обществе;
- 2) Все возрастающая зависимость повседневных действий людей от технических средств коммуникации требует изучения повседневной жизни общества;
- 3) Недостаточная научная разработанность исследований повседневных практик использования интернета требует дальнейшего анализа этой проблемы.

Теоретическая составляющая исследования базируется на подходе, предложенном нашим современником А. Л. Радкевичем, согласно которому «Социальные практики - это совокупность принятых в культуре способов деятельности, навыков обращения с различными предметами; мышление или действие «по привычке»; следование правилу; поведение, имеющее ритуальный характер и базирующееся на коллективных представлениях, ожиданиях и стандартах.» [1]

Данное исследование было проведено среди московских студентов с целью изучения их повседневных практик использования интернета. В ходе исследования мы опросили 368 человек с помощью интернет-анкетирования. Опрос можно было пройти на любом устройстве: компьютере, смартфоне или планшете.

Тезисы

1. В России будет увеличиваться доля фрилансеров.

Все респонденты (100%), отметили, что используют Интернет для работы и/или учёбы. Значит, в скором будущем, задачи, выполняемые при помощи интернета будут только расширяться. Образование может частично или полностью перейти на онлайн-платформу. Работодателям больше не нужно будет арендовать офис для компании, когда большинство сотрудников могут работать из дома. Уже сейчас на крупных сайтах поиска работы появилась вкладка «работа только из дома».

2. Всегда на связи.

Респонденты сохраняют высокую активность использования digital устройств на протяжении всего дня для различных задач (в анкете использовался временной промежуток с 6:00 до 1:00). Во многом это меняет паттерны поведения человека в социуме.

3. Самым многофункциональным и популярным устройством для выполнения повседневных практик использования интернета является смартфон.

Смартфон в настоящее время является основным устройством для выхода в интернет (100% респондентов подтвердили его использование для большинства повседневных задач). Респонденты используют его для работы/учёбы, прослушивания музыки, отправки электронных писем, совершения покупок, заказа такси и так далее. Уже сейчас производители подстраиваются под эту «волшебную палочку»: создают мобильные приложения/сайты, специальную рекламу, удобную для просмотра на смартфоне. Тенденция пере-

носа повседневных практик, которые некогда выполнялись только в привычной «offline среде», в новую «online среду» прослеживается довольно чётко. В большей степени, главным «помощником» станет смартфон, который уже постоянно находится у нас в руке.

4. Приложения, без которых современные московские студенты не могут обойтись в повседневной жизни.

Лидерами по охвату российской онлайн-аудитории являются поисковые машины и социальные сети, согласно исследованию GfK [2]. Поисковые машины Яндекс (91%) и Google (88%) являются лидерами рейтинга, имеют практически равный охват аудитории. Следом, третье место по популярности занимает крупнейшая российская социальная сеть Вконтакте (83%). Следом идёт портал Mail.ru (82%), специализирующийся в основном на электронных письмах. Таким образом, поисковые машины являются самыми популярными Интернет-ресурсами. Социальные сети и электронная почта также часто используются российскими интернет-пользователями.

Также хочется отметить, что online-платформа Сбербанк имеет достаточно большой охват-57% (сайт) и -25% (мобильное приложение) интернет-пользователей России. То есть больше половины пользователей пользуются банковскими услугами online, что было трудно представить несколько лет назад. Это подтверждает тенденцию перехода привычных повседневных практик в online-пространство интернет.

Но при этом в России растёт значимость интернет-магазинов (маркетплейсов). Они становятся все более важным критерием при поиске товаров. В списке Топ-25 основных интернет-ресурсов России их уже пять: Авито (50%), AliExpress (48%), Яндекс Маркет (32%), Юла (20%), Ozon (20%).

Подводя итог, заметим, что при рассмотрении 10 лидеров списка, 6 из них российские интернет-ресурсы. Российские интернет-ресурсы являются одними из наиболее посещаемых.

Таким образом, характеристики набора действий и ресурсы определяют содержание интернет-практик россиян. Пользователи чаще всего используют интернет для работы или учёбы, а именно ищут нужную информацию, используют электронную почту.

Источники и литература

- 1) Радкевич А.Л. Социальные интернет-практики россиян в условиях формирования информационного общества [Электронный ресурс] : автореф. дис. ... канд. социол. наук. М., 2009. URL: http://www.mosgu.ru/nauchnaya/publications/2009/abstracts/Radkevich_AL.pdf (дата обращения: 02.02.2020)
- 2) GfK: <https://www.gfk.com/ru/insaity/press-release/issledovanie-gfk-trendy-povedeniya-rossijan-v-internete-v-2017-godu/> (дата обращения: 02.02.2020)