

МОТИВЫ ОБРАЩЕНИЯ СТУДЕНТОВ К ИНТЕРНЕТУ

*В.С. Иванова, А.Н. Древалъ
(г. Томск, Томский политехнический университет,
Томский государственный университет)*

MOTIVES OF FIRSTYEAR STUDENTS THE INTERNET

*V. Ivanova, A. Dreval
(c. Tomsk, Tomsk Polytechnic University
Tomsk State University)*

Based on the analysis results of a survey of students are considered the main reasons for them to consult the Internet: "information and educational", "communicative" and "self-affirmation", and presented their preferences for mediated communication in online networks and their evaluation of Internet addiction.

Споры о значении Интернета не смолкают и, наверное, не закончатся в ближайшее десятилетие, т.к. многогранность Интернета и как всемирной паутины, и как источника разнообразной информации выражается в том, что он детерминирует современные социальные процессы: коммуникацию, социализацию и мобильность. И хотя возникновению Интернета мир обязан американским разработчикам, Россия в последнее время занимает шестое место в мировом рейтинге Интернет-пользователей. Сегодня 57% населения страны являются постоянными пользователями Интернета (хотя еще десять лет назад эта доля составляла только 3-5%).

По данным всероссийского центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ) в 2011 г. 70% пользователей «всемирной паутиной» являлись 18-24-летние, т.е. учащаяся молодежь и, в частности, студенчество. Необходимость использования Интернета как информационного источника, а также важного коммуникативного средства связи – неоспоримо в современной ситуации. Но, с другой стороны, неконтролируемое использование Интернета может оказать негативное воздействие на учебную, социальную и психологическую сферу жизни молодежи, а также вызвать Интернет-зависимость. Возникают вопросы: Каковы основные мотивы обращения студенчества к Интернету? Каковы основные Интернет-предпочтения данной социальной группы и в чем они проявляются?

В статье представлены результаты опроса, проведенного в 2012 г. среди студентов гуманитарного направления Томского политехнического университета (n выборки = 130 человек). Основной фокус внимания был сосредоточен на основных мотивах использования студентами Интернета. Исследователи выделяют несколько причин обращения студентов к Интернету как необходимой формы коммуникации. В одной из работ современных отечественных исследователей предложена развернутая классификация мотивов, которая была использована в данном обследовании [1].

Одним из первых основных мотивов является «деловой», когда пользователю нужен Интернет для профессиональной деятельности, для достижения конкретного результата. В нашем случае, использование Интернета для учебной деятельности будет являться «деловым мотивом». Следующим называется «информационно-познавательный», связанный с получением информации, с фактом обращения студента к Интернету для поиска определенных сведений, как для учебных целей, так и для повседневных; далее –

«коммуникативный мотив» как вид общения. Завершает классификацию – «мотив самоутверждения», т.е. высказывание собственного мнения и оценок в сети. Это прежде всего касается высказывания суждений в форме голосования, ведения блога, участия в ролевых играх и т.д. Данный мотив позволяет человеку реализовать себя как личность, как гражданина и т.д..

Участники опроса следующим образом объясняют свое обращение к Интернету (см. таблица1). Если выстроить иерархию причин, то деловой мотив (обращение к Интернету в связи с учебой) является наиболее важным (занимает 1-е место), на это указало абсолютное большинство опрошенных по всему контингенту. На втором месте – общение (94%), на третьем – информационный мотив (получение новостной информации, сведений о кумирах, и т.д. интересует 82% респондентов). Далее, каждый третий, связывает обращение к Интернету с покупками товаров и услуг, каждый пятый – с поиском работы, 17% - для самореализации и только 12% - используют для on-line игр. Следует отметить, что на прямой вопрос: как часто вы заходите в on-line игры – 70% ответило – не играю, но каждый десятый признался, что играет каждый день.

Таблица 1 - Основные причины обращения к Интернету (в зависимости от пола, в %)

№	Причины	По всему контингенту опрошенных	Пол	
			Юноши	Девушки
1	Учеба	96	92	95
2	Общение	94	92	98
3	Поиск новостей	82	89	79
4	Покупки	32	31	33
5	Поиск работы	22	28	5
6	Высказывание мнений	17	22	23
7	Онлайн игры	12	14	18

Количество респондентов, испытывающих потребность в поиске информации на сайтах Интернета, практически не отличается по гендерному признаку. Так, каждодневно более 80% и юношей, и девушек реализуют информационную потребность через данную форму коммуникации и лишь 1% опрошенных студентов решились ответить, что они никогда не пользовались Интернетом. Но относительно рекреационного мотива (игрового) расхождения между юношами и девушками имеются: девушки значительно реже в два-три раза используют Интернет для игр. Они скорее руководствуются мотивами общения – так, 95% предпочитают сидеть в социальных сетях: Одноклассники, ВКонтакте и т.д.

Таким образом, анализ позволяет обнаружить следующее: во-первых, четко проявляются три мотива: деловой, коммуникативный, информационно-познавательный, причем независимо от пола респондента, эти мотивы в три-пять раз преобладают над такими причинами, как покупка товара, оплата услуг или поиск работы. Во-вторых, назвать одну определенную причину не возможно: и общение, и учеба в одинаковой степени являются мотивами обращения к Интернету. В-третьих, гендерные различия в мотивах обращения минимальны и касаются только одной причины – игровая деятельность. Так, юноши чаще находятся в on-line играх, чем девушки (соответственно, 28 % и 5%).

Хотелось бы отдельно рассмотреть влияние такого мотива, как самоутверждение (или самореализация). Самоутверждение может осуществляться в различных видах деятельности, в зависимости от мотивационной структуры человека. Важность его диктуется спецификой

объекта исследования, т.к. в качестве его выступили студенты, которые в дипломе об окончании будут иметь запись – менеджер, т.е. руководитель, то названный мотив является одним из базовых. Стремление к дальнейшему развитию собственных возможностей формирует мотив развития личности при работе в Интернете, где он создает новые продукты, высказывается в телеконференциях, создает новые ресурсы. Но деятельность не только руководителя должна носить достижительный характер, но и сам паттерн поведения студента напрямую зависит от состоятельности, самореализации и самозначимости. А в реальности, данные опроса свидетельствуют о том, что этот мотив занимает в иерархии причин обращения к Интернету по всему контингенту опрошенных предпоследнее место, а для юношей – последнее (см. табл.1).

Для того, чтобы ответить на один из важных вопросов нашего исследования о полезности Интернета необходимо рассмотреть несколько частных моментов во взаимодействии связи «Интернет-студент». Одним из любопытных фактов является то, что возраст первоначального обращения ко всемирной паутине очень ранний, причем представители сильного пола значительно раньше начинают пользоваться Интернетом: каждый пятый опрошенный юноша уверен, что стал пользоваться с 6-7 лет, а в группе девушек минимальный возраст – 9-10 лет (см. таблица2).

Таблица 2 - Возраст первого обращения к Интернету (в зависимости от пола, в %)

1 №	Возрастные группы	По всему контингенту	Пол	
			Юноши	Девушки
1	Менее 9-ти лет	10	22	0
2	9-10 лет	8	11	5
3	11-12 лет	25	22	27
4	13-14 лет	34	20	48
5	15-16 лет	23	25	20

Начав свое знакомство с Интернетом, подросток не мыслит себя без всемирной паутины (см. таблица3). В целом 8% опрошенных студентов отдают все свободное время Интернету, более трети - пользуются Интернетом от 3-4-х часов в день, причем девушек в этой группе в полтора раза больше, чем юношей (46% и 30% соответственно). Каждый пятый респондент независимо от пола проводит в Интернете 2-3 часа в день и только 2% - ответило, что пользуются Интернетом очень редко. Таким образом, каждодневное пользование Интернетом для разных целей – это повседневные практики для современного студента.

Таблица 3 - Ежедневные временные затраты респондентов на Интернет (по группам, в %)

	Временные затраты	По всему контингенту	Пол	
			Юноши	Девушки
	Менее часа в день	2	3	1
	1- 2 часов в день	29	39	21
	2-3 часа в день	22	22	23
	3-4 часа в день	39	30	46
	Более 4-х часов	8	6	9

Хотя на вопрос о том, мог бы студент обойтись без Интернета, каждый десятый опрошенный утверждает, что смог бы обходиться несколько месяцев; по самооценке каждый третий прожил бы без всемирной паутины месяц, но так ли на самом деле трудно сказать.

Одной из задач исследования было выявить степень предпочтения современной молодежью виртуального общения прочим видам взаимодействия, т.е. какую форму общения предпочитают участники опроса? Одной из социальных потребностей студента является потребность в аффилиации. Это проявляется через необходимость молодого человека принадлежать к определенной группе, разделять ее ценности, следовать им, занимать определенное место в структуре группы, т.е. через общение. Две трети респондентов, не зависимо от пола, высказались как за непосредственное, так и за опосредованное общение и лишь для 5% опрошенных девушек предпочтительным является опосредованное общение.

На прямой вопрос: нравится ли вам общаться посредством Интернета - 53% респондентов ответило утвердительно, каждый третий – ответил, что относиться к такому факту безразлично и только 5% указали, что им не нравится общаться посредством Интернета. Причем девушки значительно чаще, чем юноши, предпочитают опосредованную форму общения, а юноши более безразличны к выбору форм общения.

Что конкретно может привлекать современного студента в интернет-общении? По оценкам самих респондентов прежде всего удобство и быстрота, так думают 44% опрошенных, 35% - привлекает возможность общаться через расстояние, и только 2 % респондентов настаивают на том, что их привлекает анонимность общения. Кстати, 12% - ответили, что им не нравится общаться посредством Интернета. В зависимости от пола расхождения касаются лишь такой характеристики как удобство и практичность: юноши почти в два раза чаще указывают на данную характеристику. Таким образом, основным мотивом опосредованного общения является практичность и доступность данного вида коммуникации, а также пространственная независимость.

В связи с формами коммуникаций абсолютному большинству студентов приходилось знакомиться через Интернет, различие по гендерному признаку – не существенное: девушки на 10% чаще, чем юноши, высказывают утвердительное мнение по поводу знакомства в режиме онлайн (87% и 78% соответственно). Ко всему прочему, среди тех, кто познакомился посредством Интернета, в большинстве случаев (75%) продолжают не просто общаться, но быть с этими людьми в приятельских и дружеских отношениях.

Таким образом, на основе анализа результатов исследования можно сделать несколько предварительных выводов: Во-первых, Интернет является безусловным рабочим инструментом и колоссальным источником информации для современного студента-первокурсника, в мотивационной структуре которого наиболее важным является деловой и коммуникативный мотивы. Во-вторых, коммуникативный мотив проявляется в общении со своими родными и близкими, которые для многих из них находятся в других городах и даже странах. Но скорее всего, Интернет им нужен для общения с референтной группой: с одноклассниками, друзьями, или для «поиска» новых знакомств, чтобы вступить с ними во взаимодействие, что связано с естественной потребностью человека в обмене сведениями, эмоциями, оценками с другими людьми. В-третьих, хотя студенты и выбирают общение посредством Интернета, но и общение непосредственное для двух третей опрошенных является более предпочтительным и, если они и используют on-line коммуникацию, то только потому, что это быстро и удобно. В заключении, можно сказать, что современный студент, регулярно использующий коммуникативные интернет-сети не обладает развитой культурой потребления сети, что может обуславливать негативные проявления интернет-зависимости.

ЛИТЕРАТУРА

1. Арестова О.Н., Бабанин Л.Н., Войскунский А.Е. Психологическое исследование мотивации пользователей интернета // Материалы 2-ой Российской конференция по экологической психологии, Москва, 12-14 апреля 2000 г. - М.: Экопсицентр РОСС, 2000 - С. 245-246.

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ УПРАВЛЕНИЯ ГОРОДОМ

О.Ю. Матвеева

(г. Томск, Томский политехнический университет)

INFORMATION TECHNOLOGY OF THE CITY MANAGEMENT

O.Y. Matveeva

(c.Tomsk, Tomsk Polytechnic University)

The present stage of development of society can rightfully be called a time of big cities. Agglomerations, megacities, sverhgoroda, alpha city, become major players on the map big-time politics, business, culture and science. The paper examines the main challenges for management of modern city. Information technologies are used to solve these problems. Emphasizes the need for the use of technology in urban management.

Современный этап развития общества можно, по праву, назвать временем больших городов. Агломерации, мегаполисы, сверхгорода, альфа-города становятся главными игроками на карте большой политики, бизнеса, культуры, науки. Этому способствует целый ряд причин, имеющих различную природу и источники возникновения: исторические, географические, политические. Актуальность исследования особенностей и проблем больших городов определяется, с одной стороны, все возрастающей ролью собственно городов в мире, а, с другой стороны, – чрезвычайной сложностью и слабой управляемостью социокультурными процессами, происходящими в данных системах. На сегодняшний день управление городами является системно сложной задачей. В сферу ответственности муниципальных властей попадают практически все сферы жизни его населения. Ключевой особенностью муниципальных образований является разнообразие интересов жителей, обусловленное их половозрастной, корпоративной, культурной и национальной спецификой. Муниципальные власти должны находить необходимый баланс интересов между потребностями различных групп населения в условиях ограниченного количества ресурсов.

«Электронное правительство» – это единая информационная среда взаимодействия власти, бизнеса и граждан, которая должна обеспечить прозрачность процессов управления в обществе, равные возможности для бизнес-сообщества и, наконец, информационное самообслуживание населения, граждан, которое позволит им в процессе их жизни проще и качественнее решать свои информационные потребности [1]. Внедрение информационных систем отмечается во многих странах мира, при этом наивысший рейтинг информатизации, по данным ООН, наблюдается в странах с наиболее высоким уровнем жизни (США, Швеция, Австралия, Дания и др.). Положительный пример выше указанных стран послужил толчком для внедрения подобной системы и в нашей стране.

М. Кастельс, американский социолог, развивая теорию глобального (информационного) города в работе «Информационный город», отмечает, что