

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Тольяттинский государственный университет»

Гуманитарно-педагогический институт

(наименование института полностью)

Кафедра «Социология»

(наименование кафедры)

39.03.01 Социология

(код и наименование направления подготовки, специальности)

**БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА**

на тему «Повседневные Интернет-практики горожан в условиях информационного общества»

Студент

В. Д. Чураков

(И.О. Фамилия)

(личная подпись)

Руководитель

д-р социол. наук, профессор

Т.Н. Иванова

(И.О. Фамилия)

(личная подпись)

Консультант

д-р филос. наук, профессор

И. В. Цветкова

(И.О. Фамилия)

(личная подпись)

**Допустить к защите**

Заведующий кафедрой

д-р социол. наук, профессор Т. Н. Иванова

(ученая степень, звание, И.О. Фамилия)

(личная подпись)

« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_\_ г.

Тольятти 2018 г.

## Аннотация

**Объектом настоящего исследования** являются технологии в информационном обществе. **Предмет исследования** – изучение Интернет-практик в повседневной жизни горожан.

**Целью бакалаврской работы** выступает анализ и выявление повседневных Интернет-практик горожан.

В структуру выпускной квалификационной работы входит введение, две главы (четыре параграфа), заключение, список литературы и приложения.

В параграфе 1.1. рассматриваются социологические теории повседневности различных ученых, которые являются актуальными в современном информационном обществе. Технологии начинают преобладать в рутинной жизни, в то время как повседневность человека становится все более отчужденной.

В параграфе 1.2 описана роль технологий, участвующих в повседневной жизни в информационном обществе. Помимо развлечений, которые предоставляют нам технологии, большую роль в жизни человека играет обслуживание, а именно быстрая оплата, покупки в Интернете и так далее. Компьютеризация повлекла за собой развитие информационной составляющей общества – информацию можно называть продуктом или товаром. Помимо развитой сферы обслуживания, технологии привнесли в повседневную жизнь и развитие коммуникационных инноваций, которые, в свою очередь, являются социальным продуктом.

Во второй главе представлены результаты анкетирования и интервьюирования на тему представлений о технологиях в повседневности и пользования ими. Выявлены проблемы пользования технологиями, способы времяпрепровождения в Интернете, большое внимание также уделено покупкам в сети – их достоинствам и недостаткам; отношение к популяризации Интернета в обществе.

**Оглавление**

Введение.....	4
Глава 1. Теоретико-методологические подходы к анализу повседневности в информационном обществе.....	10
1.1. Теории информационного общества .....	10
1.2. Технологии в повседневной жизни в информационном обществе.....	20
Глава 2. Качественные и количественные показатели отношения различных групп населения к значению Интернет-сети в повседневной жизни.....	26
2.1. Исследование представлений различных групп населения о значении Интернет-сетей в повседневной жизни.....	26
2.2. Сравнение мнений различных групп населения о роли технологий в повседневной жизни.....	35
Заключение.....	46
Список используемой литературы и источников.....	47
Приложения.....	53

## Введение

**Актуальность темы исследования.** Поскольку повседневность принципиально изначально представляется как рутинная, неописываемая часть культуры, она никогда не фиксировалась и анализ ее базовых структурных форм представляется чрезвычайно увлекательным и до сих пор недостаточно исследованным пластом истории культуры.<sup>1</sup> Решающим фактором, который повлиял на актуализацию интереса к данной проблеме, были социально-исторические преобразования, потрясшие мир двадцатого века (мировые войны, революции, становление постиндустриального общества и т. д.). Эти глобальные преобразования повлекли за собой преобразования не только мира глобального, но и мира малого, повседневного.<sup>2</sup> Социология повседневности делает те вещи, которые кажутся нам простыми, – сложными, знакомое – незнакомым.

Интерес к повседневности объясняется тем, что ее исследование способствует преодолению разрыва между теорией в социальных и гуманитарных науках и обыденным знанием о мире, представляя теорию социальных структур и теорию индивидуального сознания как единое целое.

В связи с переходом общества от индустриального к постиндустриальному, стали развиваться и распространяться технологии, вследствие которых появился Интернет, ставший частью повседневной жизни человека. С помощью Интернет-сетей стали активно осуществляться коммуникационные связи (социальные сети, мессенджеры, почта), создаваться и использоваться информационные ресурсы (справочная информация, библиографическая информация,). Интернет в целом стал удобным средством для получения и передачи информации, стал активно использоваться для осуществления работы, также он выполняет

---

<sup>1</sup> См.: Никифорова С. В. Конструирование образов повседневности // В мире науки и искусства: вопросы филологии, искусствоведения и культурологии. – 2015. – № 46. – С. 16-23.

<sup>2</sup> См.: Синцова Л. К. Повседневность в отечественном социогуманитарном знании: проблемы, традиции, направления исследования // Формирование системного мировоззрения современного человека материалы научно-практической конференции. – 2017. – С. 73-75.

развлекательную функцию (видеоигры; просмотр фильмов, сериалов и телепередач).

**Степень разработанности научной проблемы.** Повседневность свойственна социальной системе, она включена во все социальные отношения, и поэтому широко рассматривается мыслителями. Так, например, Альфред Шюц, основатель социологической теории повседневности, сделал рутинный мир предметом для изучения многих социологов. Важной характеристикой повседневности является специфика переживания времени. Согласно А. Шюцу, повседневность обосновывается стандартным временем трудовых ритмов<sup>3</sup>. Это сложное строение трудового времени делает исторический анализ проблемы затруднительным. К тому же ни субъективное время, ни объективное внешнее время в сегодняшнем понимании не совпадают с тем, как они воспринимались в древности. Часто им было акцентировано внимание на сравнение давнего времени и того, что мы сейчас называем реальным временем. Говоря о реальном времени и коммуникации в нем, мы обращаем внимание на то, что происходит в данный период времени, отодвигая на задний план субъективное восприятие длительности времени, время дня и ночи, сезоны природы, стандартизированное время трудовых ритмов и многое другое.

Ирвинг Гоффман повлиял на область социологии повседневности тем, что она стала известна и популярна в своих кругах – социологам стала интересна тема повседневного опыта, быта, увлечений, проведения досуга.

Гарольд Гарфинкель в своих трудах обосновывал, как с помощью повседневных и рутинных действий люди организуют свою привычную жизнь, делают понятным свое повседневное существование. Исследование этих методов Г. Гарфинкель назвал этнометодологией. С точки зрения этнометодологии, повседневность рассматривается как ситуативное

---

<sup>3</sup> См.: Шюц А. Структура повседневного мышления // Социологические исследования. – 1988. – № 2. – С. 120–136.

ограничение познания действительности и методически направляемое и контролируемое систематическое действие.<sup>4</sup>

Исходная позиция в таких областях знания, как социология и философия, заключается в том, что повседневность используется как исторически изменяющаяся категория, применяемая для характеристики повседневного действия. Поэтому сама повседневность в целом является той частью социологии, которая будет изучаться всегда. Как, например, в одно время люди занимались изо дня в день какими-то определенными делами, так и сейчас все (распорядки дня, времяпрепровождение, увлечения и хобби) меняется из поколения в поколения, из одного общества в другое. Скоротечность изменения повседневной общественной жизни и является объяснением тому, почему социология повседневности и другие социальные науки до сих пор изучают повседневную жизнь прошлых лет.

Изучение повседневности особенно является актуально сейчас, так как в наше время наибольшую активность набирают Интернет-сети. Киберпространство тесно переплетается с нашей жизнью, становясь нашим помощником не только по учебе и работе, а также во всех других сферах, которые только можно представить (поиск информации, советов; проведение досуга, коммуникации с другими людьми).

Информационное общество обсуждали такие известные мыслители как Д. Белл, М. Кастэльс, Г. Шиллер, Ю. Хабермас и другие. С приходом технологий в нашу обыденную жизнь повседневность изменилась следующим образом: технологии заняли большую часть производств, отодвигая на задний план ручной труд, выдвигая, тем самым, на передний план сферу услуг. В информационном обществе изменятся не только производство, но и весь уклад жизни, система ценностей, возрастет значимость культурного досуга по отношению к материальным ценностям. По сравнению с индустриальным обществом, где все направлено на

---

<sup>4</sup> Шюц А. Структура повседневного мышления // Социологические исследования. – 1988. – № 2. – С. 120–136.

производство и потребление товаров, в информационном обществе производятся и потребляются интеллект и знания – такое потребление приводит к увеличению доли умственного труда. Подход Д. Белла выделяется тем, что он отражает сложности и неоднородности самой сферы услуг; адекватен для современных экономических реалий, характеризующихся расширением и усложнением сферы услуг. Одной из проблем по мнению Белла, является то, что даже при росте стран в технологическом плане, проблемы трудоустройства высококвалифицированных выпускников кажутся универсальным практически для всех развивающихся обществ (учитывая, что для постиндустриальной стадии характерен переход от производства вещей к производству услуг).

**Объект** данного исследования – технологии в информационном обществе.

**Предметом** исследования является изучение Интернет-практик в повседневной жизни горожан.

**Целью работы** является анализ и выявление повседневных Интернет-практик горожан. В соответствии с поставленной целью были выделены следующие **задачи**:

1. Рассмотреть такие понятия как «повседневность», «информационное общество», «рутина»;
2. Проанализировать теории и концепции повседневной жизни и повседневной жизни в информационном обществе;
3. Проанализировать роль технологий в повседневной жизни горожан;
4. Выявить основные виды Интернет-практик среди городского населения.

**Теоретико- методологическая база исследования:**

1. *Феноменологический подход* (А. Шюц, П. Бергер, Т. Лукман) направлен на изучение того, как действительность воспринимается людьми в обыденной, повседневной жизни. Он используется в дипломной работе, так

как с его помощью можно исследовать повседневную жизнь в современном социальном мире.

2. *Социально-конструктивистский подход* (П. Бергер, Т. Лукман, Г. Гарфинкель, И. Гоффман). С его помощью в дипломной работе исследуется путь создания людьми такого феномена как Интернет и его влияние на обыденную, повседневную жизнь.

3. *Системный подход* (Т. Парсонс, Н. Луман, Р. Мертон). С помощью данного подхода в выпускной квалификационной работе объект исследования (повседневная жизнь в информационном обществе) рассматривается в качестве системы, комплекса взаимосвязанных элементов. Используется принцип множественности, так как с помощью него можно рассмотреть каждый аспект системы по отдельности.

Использовались работы и идеи А. Шюца, П. Бурдьё, Г. Гарфинкеля, И. Гоффмана, Э. Гидденса, основными концептами социологии повседневности у которых выступают концепты практики, повседневного взаимодействия, фреймов, повседневного мира. Вопросы повседневности становятся предметом исследований И. Гоффмана. П. Бергер и Т. Лукман рассматривают повседневную жизнь как реальность, которая интерпретируется людьми и имеет для них субъективную значимость в качестве цельного мира. Особый вклад в изучение повседневности внесли исследования привычных оснований повседневных действий Г. Гарфинкеля. В дипломной работе рассматриваются такие концепции повседневности как теории Т. Адорно и М. Хоркхаймера, К. Мангейма, А. Грамши, Г. Зиммеля, Ю. Хабермаса, В. Беньямина, Э. Томпсона, М. Кастельса и многих других.

**Гипотеза исследования:** интернет-практики (досуг, покупки и оплата в интернете, использование справочной информации) стали одним из основных видов времяпрепровождения жителей города Тольятти, что обусловлено ценностями и нормами постиндустриального общества.

**Методами исследования** выступили анкетный опрос (N=200, жители г.о.Тольятти), интервью, (N=7, жители г.о. Тольятти).

**Эмпирическая база исследования.** Для получения информации о мнении различных групп населения о роли Интернет- сетей в повседневной жизни было проведено анкетирование. В ходе исследования изучается выборочная совокупность (n=200 человек). Было проведено интервью, в котором приняли участие 12 респондентов. Формализованное интервью носило индивидуальный характер и проводилось с использованием заранее составленного списка вопросов.

**Апробация работы:**

1. «Актуальные проблемы развития человеческого потенциала в современном обществе», IV Международная научно-практическая конференция, 6-7 декабря 2017 года, г. Пермь.

**Структура бакалаврской работы.** Работа состоит из введения, двух глав (четырёх параграфов), заключения, списка используемой литературы и источников, приложений.

# Глава 1. Теоретико-методологические подходы к анализу повседневности в информационном обществе

## 1. 1. Теории информационного общества

Социологические теории повседневности в течение длительного времени «повседневной жизни» были широкой темой для изучения среди других социологических теорий – они использовались социологами в своих ранних теориях, но эти социологи игнорировали теорию повседневности как тему. Ориентируясь на установки существующего общества как объект научного исследования, социологи обсуждали науку, власть, индустриализацию, влияние социальной структуры на сознание и на социальные отношения. Во всех этих точках исследования социологические теории повседневности и игнорируются, потому что эти события предназначены для людей с «повседневной жизнью».

Так, Жан Жак Руссо основал свою теорию общественного договора и свое видение хорошего общества на восприятии того, что семья, внедренная в повседневную жизнь, была «естественна» в виде общественной организации.<sup>5</sup> Адам Смит проанализировал социальное разделение труда, которое подается как «повседневные» потребности.<sup>6</sup> Аналогичным образом, в своих работах Э. Д. Дюркгейм объясняет разделение труда<sup>7</sup>, формы религиозной жизни и эффекты аномии<sup>8</sup> с точки зрения повседневной жизни с примерами из семейных отношений. Главным злом в капиталистической системе, по мнению К. Г. Маркса<sup>9</sup>, было восприятие того, что из-за условий труда, которые она требовала, происходила «потеря самости», которая разрушает связи семьи и друзей. Но у людей остаются их потребности (еда,

<sup>5</sup> См.: Малахов В. П. История политических и правовых учений. // М.: Юнити-Дана, 2007. – 319 с.

<sup>6</sup> Щедровицкий П. От разделения труда к разделению деятельности // Философские науки. - 2014. – № 6. – С. 49–64.

<sup>7</sup> Дюркгейм Э. О разделении общественного труда // М.: Наука, 1991. – С. 244.

<sup>8</sup> Дюркгейм Э. Самоубийство // М.: Мысль, 1994. – С. 238.

<sup>9</sup> Кондрашов П. Н. Философия практики Карла Маркса и материализм // Вестник ОмГУ. – 2015. – №3. – С. 79-84.

вода, размножение), которые являются обыденностью в повседневной жизни. Развивая социологию знания, К. Мангейм проводил различия между идеологией, способами мышления, неприменимыми к данной эпохе, и утопией, которая превосходит реальность<sup>10</sup>, но может помочь людям в повседневной жизни. К. Мангейм считал философов, историков и социологов своего времени теми, чьи убеждения формировались, как и почти у каждого, в рамках того отрезка бытия, в котором протекает повседневная жизнь. И если обычные люди непосредственно сталкиваются с социальными ситуациями в повседневной жизни, то ученый имеет дело с интеллектуальным континуумом идей, взаимно продуцирующих друг друга.<sup>11</sup> Для примера он приводил, что у ученых тоже есть личная жизнь, которая должна отделять их от профессиональных заблуждений, что они также в своих повседневных делах используют мысль, помогающую им решать различных проблем.

Т. Адорно и М. Хоркхаймер из Франкфуртской школы осудили лишения, которым подвергаются люди, когда они принимают традиционные идеологии. Т. Адорно утверждал: «Пока вы столь же сильно ощущаете неудовлетворительность гетерономного протекания вашего повседневного бытия, как мы, теоретики, испытываем неудовлетворенность из-за бессилия нашей мысли».<sup>12</sup> С точки зрения Т. Адорно и М. Хоркхаймера, человек все больше становится зависимым от процессов нарастающей технической рациональности. Повседневная жизнь человека со всех ее сторон характеризуется отчуждением людей и преобладанием различных технологических форм. Теодор Адорно полагал, что для решения проблемы понимания действительности необходимо найти истинный исторический голос эпохи, который становится источником иного восприятия и описания

---

<sup>10</sup> См.: Заладина М. В. Критерии и границы утопии как методологическая проблема // Вестник ВятГГУ. – 2016. – №8. – С. 5-9.

<sup>11</sup> См.: Мангейм К. Диагноз нашего времени // М.: Юрист, 1994. – 700 с.

<sup>12</sup> См.: Арзаканян Ц. Г. Философия техники в ФРГ // М.: Прогресс, 1989. – С. 364-371.

современности<sup>13</sup>. Одно из основных утверждений авторов состоит в том, что концепция массового производства товаров, услуг и идей «адекватна» существующей системе в целом, с ее преданностью технологическому рационализму, «калькулируемости и потреблению».<sup>14</sup>

В поисках механизмов таких лишений, о которых говорили Т. Адорно и М. Хоркхаймер, А. Грамши указал, что государства используют образование для распространения способов «повседневной жизни» с приверженностью гегемонистской идеологии.<sup>15</sup> Как полагал А. Грамши, идеологическое господство над рабочим классом не может быть полным, так как двойное сознание рабочего класса формируется, с одной стороны, классом капиталистов, а с другой – повседневным жизненным опытом рабочих.

Теория социального действия Т. Парсонса пытается объяснить, как решения людей в отношении целей и норм определяют качество социальной структуры в повседневной жизни.<sup>16</sup> Т. Парсонс считает, что связь явлений повседневной жизни не является случайной, потому и понимается как система. В эту систему входят такие социальные явления как социальные институты, личность, социальные действия и культура общества в целом.<sup>17</sup>

Роберт Кинг Мертон подчеркивал методологические последствия и рекомендовал, чтобы исследования основывались на подтверждаемых теориях среднего диапазона, полученных из реалистического повседневного опыта.<sup>18</sup>

Э. Гидденс, который стремился связать понятие человеческого действия со структурным объяснением, настаивал на том, что социальный мир является достижением человека. Обобщая современное время как «позднюю

<sup>13</sup> См.: Шушкина А. Г. Критическая теория общества сегодня // Гуманитарные исследования в Восточной Сибири и на Дальнем Востоке. – 2014. – №2 (28). – С. 98-103.

<sup>14</sup> Хоркхаймер М., Адорно Т. Дialeктика просвещения. Философские фрагменты // М.: 1997. – С. 171.

<sup>15</sup> Авцинова Г. И. Гегемонизм и лидерство государств: исторические и современные аспекты // 2015 г. – №3. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/gegemonizm-i-liderstvo-gosudarstv-istoricheskie-i-sovremennye-aspekty> (Дата обращения: 05.09.2017).

<sup>16</sup> См.: Мельник Н. Н. Современные теории социального действия в немецкой социологии // Социологический альманах. – 2012. – №3. – С. 408-414.

<sup>17</sup> Абельс Х. Проблема социального порядка в социологии Т. Парсонса. [Электронный ресурс] – Режим доступа: [soc.ru.ru:8101/publications/pts/abels.html](http://soc.ru.ru:8101/publications/pts/abels.html). (Дата обращения: 07.09.2017).

<sup>18</sup> См.: Анисимова С. Г. Личность в постиндустриальном обществе: транзикация через аномию // Вестник Северо-Восточного федерального университета им. М.К. Аммосова. – 2008. – №4. – С. 84-90.

современность», он так же описывает процессы смещения, которые раскрывают пересечение абстрактных систем и знаний, приобретаемых в повседневной жизни через контрастные процессы: отчуждение и знакомство, интимность и безличность, личное доверие и безличные связи. Изучение обыденных форм социального взаимодействия играет важную роль для социологии. Изучение социального взаимодействия, связанного с повседневными практиками, является важным по нескольким причинам. Рутинная, которую мы привычно ощущаем на себе каждодневно, составляет наибольшую часть социальных действий. Изучая структуру и формы взаимодействия с другими людьми, мы можем узнать многое и о жизни человека с социальной стороны, и о самой социальной жизни в целом. Также в ходе изучения социального взаимодействия мы можем узнать и о том, что практически все социальные системы рассчитаны на те или иные модели социального взаимодействия, которые воспроизводятся индивидами в ходе повседневной, обыденной жизни.

На рубеже XX века немецкий социолог Г. Зиммель трактует задачу социологии, как задачу описания и нахождения правил для «совместного существования» людей.<sup>19</sup> Его задачей было описать то, как в повседневной жизни действуют группы людей и отдельные индивиды. Для наилучшего понимания теории повседневности Г. Зиммеля нужно обратить внимание на некоторые его рассуждения. Он обращал внимание на то, что «жизнь понимается как абсолютное, бесконечное начало мира, которое в отличие от материи и сознания активно, многообразно и бесконечно движется». Жизнь, по его мнению, познаётся только при помощи опыта и интуиции. Она рассматривается Г. Зиммелем как то, что переживается одним отдельным индивидом. Как считал автор теории, социология, на тот момент ещё новая наука, должна быть направлена на изучение форм общественной жизни, в то время как другие науки – на её содержание. В одном из своих трудов<sup>20</sup>

---

<sup>19</sup> См.: Барковская А. Ю. Социологическая интерпретация категории «Социальное пространство» // Вестник ВолГУ. Серия 7: Философия. Социология и социальные технологии. – 2013. – №1. – С. 49-55.

<sup>20</sup> См.: Зиммель Г. Социальная дифференциация // М.: 1909. – С. 14-21.

Г. Зиммель поднимает проблему связи индивида с обществом, воспринимая как истину лишь человека и его индивидуальную жизнь.

Вальтер Беньямин видел в повседневной жизни основу для понимания исторических событий. По его мнению, мир повседневности был не только ареной человеческого действия, но и сердцем человеческой мысли. Одна из работ В. Беньямина «Московский дневник» интересна описанной культурной и повседневной жизнью Москвы времени позднего НЭПа. Представление повседневной жизни, увиденной автором, является важным вкладом в описание Москвы срединных двадцатых годов.<sup>21</sup> В. Беньямин с интересом рассказывает про увиденные им новые формы общественной жизни: кружки, клубы, народные суды.<sup>22</sup> Сложившиеся в те годы быта черты оказались, на удивление, устойчивыми. Наблюдения за бытом в то время характеризовались отстраненностью наблюдателя, так как его взгляд со стороны был непредвзятым. Такой подход наблюдения имел положительные черты – пока еще наблюдение как социологический метод не было достаточно распространено и только начинал развиваться, то и данные, получаемые в ходе наблюдения рассматривались совершенно с другой точки зрения, когда взгляд автора на то или иное положение дел был свежим.<sup>23</sup> Непредвзятость также выражалась в том, что взгляд на другое, неизвестное ему общество оценивалось со стороны как новое, неизученное, открытое для исследований.

Согласно Ю. Хабермасу, «жизненный мир» – это пространство в пределах досягаемости человека, которое включает в себя время для повседневной рутины; социальную составляющую, включающую в себя референтные группы и семью, распространяемые на общество и мировое сообщество.<sup>24</sup> Поскольку между структурой жизненного мира и языком мировоззрений существует внутренняя связь, можно представить себе

---

<sup>21</sup> Утехин И. Место действия. Публичность и ритуал в пространстве постсоветского города // М.: Strelka Press, 2012. – 4 с.

<sup>22</sup> Вальтер Б. Московский дневник: [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://artguide.com/posts/294-val-tier-bien-iamin-mos>. (Дата обращения: 09.09.2017).

<sup>23</sup> См.: Богатикова А. О. Машины не ставить: повседневные практики проведения границ в жилом пространстве города // Вестник ТомГУ. Философия. Социология. Политология. – 2013. – №1. – С. 180- 187.

<sup>24</sup> См.: Когай Е. А. Жизненный мир в европейской традиции: опыт рецепции // Ученые записки. Электронный научный журнал Курского государственного университета. – 2014. – №4. – С. 68-74.

идеальный жизненный мир, в котором коммуникация не искажена идеологией.<sup>25</sup> Однако он признает, что на практике жизненный мир все больше подчиняется регулированию, в котором личная жизнь, семья и интимные отношения искажаются правилами, налагаемыми растущей властью бюрократии, влиянием корпоративного капитализма и массового потребления.<sup>26</sup>

В Великобритании изучение повседневной жизни как явной темы в культурологических исследованиях уходит своими корнями в работу таких социальных историков, как Э. П. Томпсон, который изучал жизнь рабочих<sup>27</sup>, и Раймонд Уильямс, который акцентировал внимание на важности культуры как непрерывного достижения людей, ведущих свою повседневную жизнь. Разработанные и теоретически обоснованные в Центре современных культурологических исследований в Бирмингемском университете анализы культурных традиций были исследованы как основы расизма, гендерного подхода и классицизма, широко распространенные в повседневной жизни. Для того, чтобы выявить состояние сознания и характер повседневной жизни, Э. Томпсон понял, что нужно сосредоточить внимание на старых материалах, собранных английскими этнологами.

При этом на передний план выдвигаются статисты, которых всегда воспринимали как зрителей исторического процесса, а «основным представителям» истории – предпринимателям, политикам, генералам, мыслителям придется уйти на второй план.<sup>28</sup> Э. Томпсон внес немалый вклад в культуру, так как его установки и подходы оказали большое влияние на историко-антропологические исследования. Большинство германских историков повседневности чаще всего начинали свои исследования под его

---

<sup>25</sup> См.: Белов В. Н. Проблема конструктивной и деструктивной социализации в коммуникативном подходе Ю. Хабермаса // Известия ПГУ им. В.Г. Белинского. – 2011. – №23. – С. 15-17.

<sup>26</sup> Хабермас Ю. Отношения между системой и жизненным миром в условиях позднего капитализма: [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://knigi.link/page/sotciolog/ist/ist-5--idz-ax253--nf-11.html> (Дата обращения: 11.09.2017).

<sup>27</sup> См.: Артур А. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации для анализа / А. Артур // М.: Изд. Дом «Вильямс», 2009. – 928 с.

<sup>28</sup> Томпсон Э. П. Плейбейская культура и моральная экономия: [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://commons.com.ua/ru/plebejskaya-kultura-i-moralnaya-ekon/> (Дата обращения: 15.09.2017).

влиянием. Р. Уильямс рассматривал общество с точки зрения культуры, которая была определена как система ценностей. Идеи, связанные с культурой, по его мнению, в последнее время являются демонстрацией изменения отношения людей к меняющимся условиям повседневной жизни. Он считал, что при первичном осмыслении в искусстве надо выделять не то, что будет рассматриваться исключительно с точки зрения эстетической и художественной ценностей, а то, что будет иметь смысл в повседневной жизни. Уделяя внимание культурному производству, Р. Уильямс уточнял, что в любое производство, будь то журналы или газеты, нацелены теперь не только для образованных людей, желающих узнать последние новости, но и на людей, любящих вычитывать о сплетнях. Сплетни рассматриваются им как устоявшийся в повседневной жизни феномен, к которому не стоит относиться с точки зрения безграмотности и ограниченности.<sup>29</sup>

Во Франции Анри Лефевр и Мишель де Серто анализировали повседневную жизнь явно через призму марксистской теории.<sup>30</sup> Анализируя повседневную жизнь как городской феномен, французский философ и социолог А. Лефевр увидел в этом преследование людей капитализмом, реализацию неотвратимого отчуждения.<sup>31</sup> Для него все виды использования языка являются одной из форм терроризма. Они навязывают непререкаемые правила, которые регулируют действия в повседневной жизни. По словам А. Лефевра, повседневность – это набор функций, который объединяет и связывает системы, которые кажутся различными. Повседневность, понята его словами – продукт, важнейший из продуктов вовремя, когда спрос порождается производством, когда потребители манипулируются производителями. Повседневность – это единственное в своем роде и одновременно универсальное условие и лучшим способом скрытое. Условие, нужное для удобного чтения форм, указанное средними значениями

---

<sup>29</sup> См.: Грицанов А. А. Постмодернизм // Энциклопедия. Минск: Интерпрессервис; Книжный Дом, 2001. – 1040 с.

<sup>30</sup> Шихардин Н. В. Концепция повседневности в неомарксизме А. Лефевра // Вестник ВолГУ. Серия 7: Философия. Социология и социальные технологии. – 2008. – №1. – С. 16-19.

<sup>31</sup> Лефевр А. Повседневное и повседневность // Социологическое обозрение. – 2007. – №3. – С. 33-36.

функций, прописанное в структуры, на которых строится бюрократический социум, управляемый потребительством. Повседневная жизнь была всегда, даже если её формы сильно отличались от наших. Её сущность всегда была в периодичности и пряталась за желаниями и страхом. Одна из сложнейших для нас проблем повседневности, это её повторение. Повседневность можно разделить на два типа повторения: циклическое – которое преобладает в природе, и линейном, которое преобладает в рациональных процессах. Повседневность тесно переплетается с понятием монотонности. Один день похож на другой, почти от него не отличаясь, но есть в этих понятиях разница – монотонность означает, что все когда-нибудь обязательно изменится. Парадокс состоит в том, что одним людям кажется, что жизнь скоротечна, другим же – что она идет слишком медленно. Но при этом, обе мысли являются одинаково верными.

М. де Серто видел повседневную жизнь как место для различных результатов и спонтанностей.<sup>32</sup> Он подчеркнул, что эстетическое удовольствие можно извлечь из красоты непредвиденных случайностей, которые составляют большую часть повседневной жизни.

Мишель Фуко и Пьер Бурдьё изучали повседневную жизнь, поскольку она затрагивала социологию тела. М. Фуко рассматривал повседневную жизнь через опыт тела и сексуальности, а также семьи и родства, знаний и технологии.<sup>33</sup> По его мнению, дисциплинарные механизмы, которые пронизывают повседневную жизнь, неизбежны, составляя «темную сторону» юридической структуры, характерной для представительного парламентского режима. Для П. Бурдьё «габитус» – история, выражающаяся во взаимосвязи различных видов капитала – социального и символического, а также экономического.<sup>34</sup> Таким образом, габитус – это принцип,

---

<sup>32</sup> См.: Рябова М. Ю. Знаковые структуры повседневности // Вестник КемГУ. – 2012. – №4. – С.128-131.

<sup>33</sup> См.: Руднев Ю. В. Два тела Фуко (очерк современного состояния Foucault Studies) // Полития. – 2015. – №4. – С.48-68.

<sup>34</sup> См.: Балакина Н. А. Традиция в кластере современных понятий // Вестник ЧелГУ. – 2014. – №17. С. 44-46.

определяющий, как составляющие позиции управляют выбором людей, товарами, практиками и мнениями в повседневной жизни.

В США теоретический интерес к повседневной жизни имеет тенденцию сосредотачиваться на деталях человеческих отношений, о чем говорилось в теории Г. Мида о том, как самость формируется во взаимодействии с семьей и расширяется, чтобы вписаться в правила, управляемые правилами, которые составляют социальную жизнь.<sup>35</sup> Г. Мид, работая в рамках символического интеракционизма, выдвигал тезис о том, что интерпретация действия играет наиболее важную роль, чем само действие – то, как действие воспринимается со стороны и какой смысл в себе несет.<sup>36</sup> Приверженцы теории символического интеракционизма изучают поступки людей в повседневной жизни. Обычно это заключается в выявлении значений, которые служат причиной поступков людей, и факторов, которые эти значения обуславливают.

Наряду с прочими теориями повседневности выделялись труды А. Щюца. В одном из таких трудов он описывал взаимопонимание между людьми, а также анализировал это. Изучение диалогов с близкими людьми и психологических сторон общения важно для социологии повседневности, так как это то, с чем обычные люди сталкиваются в привычной для них обыденной жизни.<sup>37</sup> С его точки зрения, длительное отсутствие человека вдали от дома делает его отдаленным от той повседневной жизни, к которой он привык. То есть, раннее привычная для него повседневная жизнь, становится ему чуждой. Также, по мнению А. Щюца, рутину надо воспринимать как само собой разумеющееся, переданное нами из поколения в поколение, а незнакомое – подвергать сомнениям. Также А. Щюц описывал, что в повседневности бытует мнение, что только лишь «другой»

---

<sup>35</sup> См.: Веричева К. В. Социальное конструирование личности // Известия РГПУ им. А.И. Герцена. – 2012. – №149. – С. 51-58.

<sup>36</sup> См.: Войнилов Ю. Л. Джордж Герберт Мид как «Основатель» символического интеракционизма // Общество: социология, психология, педагогика. – 2016. – №9. – С. 18-20.

<sup>37</sup> Щюц А. Смысловая структура повседневного мира: [Электронный ресурс] – Режим доступа: [http://yanko.lib.ru/books/philosoph/shutz-smusl\\_str\\_povsed-a.htm](http://yanko.lib.ru/books/philosoph/shutz-smusl_str_povsed-a.htm) (Дата обращения 18.09.2017).

человек обладает предрассудками.<sup>38</sup> Люди часто считают, что именно его мнение является верным, именно его убеждения имеют смысл и тщательно обоснованы и т.д. Человек в повседневном мире интерпретирует свое прошлое, настоящее и будущее в терминах заранее организованного комплекса знаний, который он имеет в наличии в любой момент своего существования.

В «Представлении себя другим в повседневной жизни»<sup>39</sup> И. Гоффман разработал новый подход, демонстрируя аналогии между повседневной жизнью и театральными представлениями. Он всесторонне исследовал контрасты между «фронтальной стадией» и «закулисной» ролью. В более поздних работах И. Гоффман подчеркнул, как взаимопонимание определяется непреднамеренным, а также намеренным раскрытием информации. Он исследовал компоненты драматических отношений и их применимость к различным средам, переплетая теорию с эмпирическим наблюдением.

Выдвигая вопросы о часто необъяснимых, но сдерживающих правилах, которые регулируют повседневную жизнь групп, разделяющих структурированный контекст, Г. Гарфинкель начал тщательные исследования повседневной жизни, когда выдвигал вопросы о правилах, которые регулируют повседневную жизнь.<sup>40</sup> По его словам, люди воспринимают мир как естественные события жизни. Эти события представляют собой и реальный мир, и результат деятельности людей. Г. Гарфинкель изучал мир, который был для него основным предметом изучения в социологии – «знакомый мир здравого смысла, мир повседневной жизни»<sup>41</sup>

<sup>38</sup> См.: Латышева Ж. В. Социально-феноменологические составляющие концептуализации категории социального трансцендирования // Вестник КГУ. – 2013. – №2. – С. 76-79.

<sup>39</sup> Гоффман И. «Представление себя другим в повседневной жизни» и социологическая традиция: [Электронный ресурс] – Режим доступа: [http://sbiblio.com/BIBLIO/archive/gofman\\_predstavlenie/00.aspx](http://sbiblio.com/BIBLIO/archive/gofman_predstavlenie/00.aspx) (Дата обращения: 19.09.2017).

<sup>40</sup> См.: Розенберг Н. В. Феноменологический поворот в отечественном социально-гуманитарном знании: подходы к изучению повседневности // Известия ВУЗов. Поволжский регион. Гуманитарные науки. – 2008. – №3. – С. 46-55.

<sup>41</sup> См.: Гарфинкель Г. Обыденное знание социальных структур: документальный метод интерпретации в профессиональном и непрофессиональном поиске фактов // Социологическое обозрение. – 2003. – №1. – С. 3-19.

Из разнообразия теоретических подходов к повседневной жизни ясно, что эта область исследования не имеет единой эмпирической ориентации. Многие исследования стремятся рассматривать повседневную жизнь как интересную цель, которая в основном безразлична к макродинамике социальной сферы, формирующей все области социологического интереса.

## **1.2. Технологии в повседневной жизни в информационном обществе**

Термином «технология» можно определить любой инструмент, устройство, программу или систему, которые при применении к образовательной среде повысят производительность, креативность и успеваемость учащихся и учителей, подготовят студентов к новым ролям в обучении, жизни и работе в технологическом мире. Как правило, это устройства, которые помогают в получении, обработке или передаче информации, или выполнении рабочего процесса. Эти технологии включают компьютеры, телевизоры, калькуляторы, адаптивные устройства, сетевую инфраструктуру, учебные, операционные и управляющие программы и другие формы существующих технологий, а также те, которые еще не изобрели.<sup>42</sup> Технология – это совокупность инструментов и методов для достижения ожидаемого результата; в широком смысле – использование научного знания для решения практических задач, также, технологии – это совокупность процедур и знаний, которые человек использует для улучшения своей жизни и обеспечения поступательного движения общества вперед, развития. Люди используют технологии, чтобы они выполняли их работу. Благодаря технологиям люди лучше коммуницируют между собой. Технологии также позволяют производить все больше продуктов. С помощью технологий мы путешествуем с большим комфортом. Технологии повсюду, и они улучшают нашу повседневную жизнь. Технология имеет дело

---

<sup>42</sup> Беспалова Ю. М. Информационные технологии в повседневности региона: социально-экономический аспект // Вестник ЧелГУ. – 2013. – №32. – С. 18-23.

с человеческим миром.<sup>43</sup> Технология – это исследование того, как люди развивают и используют технические средства–инструменты и машины. Это то, что позволяет управлять и регулировать человеческий мир.

Сущность информационного общества находится под серьезным вопросом в течение последнего десятилетия. Беспокойство касается технологического детерминизма и признания политических, экономических, социальных и культурных факторов, лежащих в основе развития. Концепция информационного общества рассматривается как субъективная конструкция и её можно рассмотреть с трех сторон. Во-первых, это инструмент, представляющий собой техническую сферу. Она включает в себя фактические устройства, такие как компьютеры и мобильные телефоны, и их интегрированные приложения. Во-вторых, она относится к повседневным делам, которые редко подвергаются сомнению или критическому изучению. Наиболее распространенными примерами этого являются электронное банковское обслуживание и электронные покупки. Наконец, информационное общество – это жизненный опыт. Он характеризуется субъективными историями, индивидуальными контекстами и культурными особенностями. Все эти измерения имеют последствия для окружающей среды и социальных условий жизни людей.<sup>44</sup>

Компьютеризация является символом информационного общества.<sup>45</sup> Компьютерные системы включают одну из самых отличительных и сложных технологий конца XX века. Многие из наших действий связаны с компьютерами, это отражено в платежах, аренде, банковских переводах и т. д. Однако не только изменилась экономическая сторона общества, но и социальное взаимодействие.

В течение 1990-х годов, в основном из-за коммерциализации Интернета и массового производства мобильных телефонов, информационное общество

---

<sup>43</sup> См.: Рыбина М. Н. Потребление как существенный фактор развития человека в условиях формирования новой экономики // Вестник ГУУ. – 2013. – №19. – С. 205-213.

<sup>44</sup> См.: Новикова О. Н. Виртуализация жизненного мира человека в игровых практиках современности // Вестник ВятГГУ. – 2016. – №12. – С. 9-14.

<sup>45</sup> См.: Давыдов О. Б. Философский аспект социального эскапизма в эпоху виртуальности // Вестник Северо-Восточного федерального университета им. М.К. Аммосова. – 2015. – №2. – С. 77-81.

стало ассоциироваться с информационно-коммуникационными технологиями. Однако обычные люди часто забывают о рассуждениях об информационном обществе. Информационное общество должно быть концепцией, используемой для описания настоящего времени и, следовательно, современного общества – и не должно рассматриваться как особая среда или сегмент общества.

Благодаря исследованиям географов, частности А. Келлермана, стало известно, что электронная информация создается в реальных местах и также используется в них. Информация представляет собой экономический и социальный продукт, созданный и управляемый аналогично другим ресурсам и продуктам. Этот, казалось бы, не пространственный размер информации получил пространственный акцент с появлением интернета, в котором географический язык стал основным инструментом структурирования, организации и использования киберпространства. Особенно сетевые технологии были приняты в качестве одного из ведущих процессов, которые стали возможными благодаря новым инновациям в области коммуникационных технологий.

В этой связи Мануэль Кастельс представил до сих пор наиболее обширный теоретический синтез о характере продолжающейся трансформации общества.<sup>46</sup> Подход М. Кастелса основан на анализе макроуровней и тесно связан с экономической деятельностью в глобальном контексте. Существенным аргументом является то, что в сложившейся ситуации сетевые сообщества взаимодействуют с другими через глобальные узлы городов. Это характеризует развитие, в котором современные капиталистические общества движутся к новому «информационному» способу производства и это стало возможным благодаря крупным технологическим прорывам в обработке информации. Экономическая глобализация гарантирует, что новые тенденции будут быстро распространяться во всем мире, а прибыль будет все больше основываться на

---

<sup>46</sup> См.: Бобова Л. А. Мануэль Кастельс: влияние сетевого общества на характер социальных коммуникаций // Вестник МГИМО. – 2013. – №5. – С. 213-220.

производстве новых знаний. Современные фирмы превращаются в организации, производящие знания, которые работают и создают сети по всему миру. Основная суть «информационного способа развития», представленная М. Кастельсом, может быть охарактеризована по пяти факторам.

Во-первых, информация должна рассматриваться как продукт и ресурс. Информация – это нечто ценное и, следовательно, понимается как товар.

Во-вторых, технология по своей сути является всеобъемлющей. Мы все живем с технологиями и технологиями – это неотъемлемая часть всех слоев общества и будущих событий. Мы все живем с технологиями и технологии – это неотъемлемая часть всех слоев общества и будущих событий.

Третья характеристика – логика сетевого взаимодействия, которая является важной особенностью современных информационных технологий.

Четвертым фактором является дальнейшая растущая гибкость в социальных структурах. Иерархические организации теряют почву для гибких моделей управления и производства. Это происходит не только в корпорациях, но и в повседневной жизни: работа и свободное время переплетаются, а фрагментированные способы выполнения действий становятся все более популярными.

Наконец, технологические системы являются сходящимися и интегративными. Уже существующие системы интегрированы в новые и их разделение невозможно. Одновременно с процессом «информатизации» современные общества претерпевают и другие важные изменения. Эти изменения можно увидеть, например, в повседневной жизни граждан, в роли и функционировании правительств. Значительные изменения также наблюдаются в том, как люди меняют свою личность и предпочтения в политике. Общим для всех этих изменений является акцент на роли информации и знаний, и ее роли в качестве ресурса или продукта. Это включает в себя центральную роль информационно-коммуникационных технологий и растущую гибкость в структурах экономики с ростом сектора

услуг и доли «умственных работников». Меняющаяся роль работы и концепция знания как основного компонента имеют решающее значение, когда эволюционирует концептуализация информационного общества.<sup>47</sup> На самом деле, наиболее важная трансформация связана с увеличением поступаемых знаний в человеческой жизни. В этом процессе разработка новых информационных технологий обеспечивает только необходимые инструменты для изменений, и в этом отношении было бы целесообразно использовать концепцию «общество знаний».

Электронное пространство имеет как государственные, так и частные тенденции. Например, действия, связанные с конфиденциальностью, интимностью и личными интересами, такими как личное электронное сообщение, поиск потенциального партнера по жизни в Сети и общение в чате, обычно считаются частными.<sup>48</sup>

Использование новых информационных технологий связано в основном с возрастом и образованием. Уровень доходов также значительно влияет на использование новых технологий, но он сильно зависит от других переменных (например, от образования). Также, сельские жители не используют технологии в том количестве, в котором используют их жители города. В сельской местности большую значимость имеют местная культура и образ жизни, но при этом, доступ к технологиям не является проблемой, так как культура и социальный опыт связаны с этими технологиями.<sup>49</sup>

Использование одной технологии поддерживает использование других технологий. Следуя из этого можно сказать, что если человеком используется хоть одна технология, то, скорее всего, им будут использоваться и другие технологии. Люди, использующие различные интернет-услуги, как правило,

---

<sup>47</sup> Дедюлина М. А. «Морализация технологий»: от компьютерных артефактов к социальным практикам // Философские проблемы информационных технологий и киберпространства. – 2015. – №2. – С. 75-86.

<sup>48</sup> Алферов О. Л. Информационное общество: истоки, проблемы, тенденции развития. Серия 4: Государство и право. Реферативный журнал. – 2001. – №2. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/2001-02-034-melyuhin-i-s-informatsionnoe-obschestvo-istoki-problemy-tendentsii-razvitiya-m-izd-vo-mosk-un-ta-1999-308-s-21-vek-informatsiya-i> (Дата обращения: 25.04.2018).

<sup>49</sup> Химанен П. Информационное общество и государство благосостояния: Финская модель. – М.: Логос., 2002. – 219 с.

используют также различные услуги мобильной связи.<sup>50</sup> Комбинированные решения, такие как ноутбук с сотовым телефоном, создающий беспроводное подключение к Интернету, также оцениваются как крайне эффективные средства коммуникации.<sup>51</sup>

Наиболее существенные изменения, происходящие в развитии информационного общества, происходят не только на уровне технологии. Верования, ценности и, самое главное, местные культуры и образ жизни не остались без изменений. Построение информационного общества всегда зависит от контекста, в котором происходят социальные изменения.<sup>52</sup> В этих условиях различные общественные субъекты, участвующие в этом процессе, имеют свои конкретные цели и стратегии, которые в конечном итоге определяют реализованную форму развития. На эмпирическом уровне понятие «информационного общества» выражается через устройства, технологии. Влияние негативных последствий нововведений информационных технологий и особенно Интернета на массы граждан часто переоценивают.

Человек и его повседневная жизнь по-прежнему остается нерешенной проблемой, так как есть некоторые подгруппы в обществе, которые имеют серьезные проблемы с интернет-зависимостью, но основная сумма этих людей – маргиналы. Многие люди до сих пор используют Интернет прагматично – проникновение более продвинутых услуг в культурах потребления используется по-прежнему весьма ограничено. Современный статус информационного общества является важной задачей для исследователей.

---

<sup>50</sup> См.: Колозарики П. В. Мессенджеры в городской среде: гибридные формы и новые практики // Шаги/Steps. – 2015. – №3. – С. 127-138.

<sup>51</sup> См.: Вартанова Е.Л. Финская модель на рубеже столетий: Информационное Общество и СМИ Финляндии в европейской перспективе. – М.: Изд-во МГУ, 1999. – 287 с.

<sup>52</sup> Долгоруков А. М. Интернет и будущее социологии // Мониторинг. – 2015. – №2. С. 32-43.

## **Глава 2. Качественные и количественные показатели отношения различных групп населения к значению Интернет-сети в повседневной жизни**

### **2.1. Исследование представлений различных групп населения о значении Интернет-сетей в повседневной жизни**

В быстроразвивающемся современном обществе Интернет и различные информационные и компьютерные технологии становятся в глазах населения чем-то обыденным, нормальным, привычным. Интернет-сетями пользуются люди разных возрастов и по разным причинам: работа, учёба, развлечения, самообучение, чтение и т.д. Интернет настолько тесно связан с повседневной жизнью людей, что не говорить о нем, не обсуждать его было бы упущением. Особенность Интернета как источника знаний, различного рода справочной информации особо заслуживает внимания, так как это и быстрый доступ к переводу с одного языка на другой, так и поиск каких-либо адресов, номеров и т.п.

В повседневной жизни Интернет является способом проведения свободного времени. Досуг посредством Интернета люди проводят по-разному – от просмотра фильмов и чтения книг до онлайн-игр, где требуется взаимодействие людей в целях достижения интересующей игроков цели. Взаимодействие между игроками отлично отображает коммуникационную функцию Интернета, когда игрокам «приходится» делать что-либо сообща, собираясь в группы. Еще одной особенностью Интернета, о которой мы спрашивали респондентов, является возможность онлайн-покупок, посещение онлайн-магазинов. Все это оказывает огромное влияние на население, на их повседневную жизнь.

Целью нашего исследования являлось сравнение представлений различных групп населения о значимости Интернет-сетей в повседневной жизни. Первая группа опрошенных – респонденты 14-28 лет (молодежь), ко

второй группе относятся респонденты 29 лет и старше. Выборочная совокупность респондентов составила 200 человек. По возрастному признаку выборочная совокупность представлена в пропорции 100/100, по половому признаку в той же пропорции. Участникам анкетирования также был задан вопрос об их образовании. Учатся в школе лишь 6% опрошенных, также 8,5% респондентов уже окончили школу, имея общее образование. Начальное образование имеют 18,5% от общего числа участников анкетирования. Высшее образование или же неоконченное высшее образование имеют наибольшая часть опрошенных – 67%.

Мы спросили участников анкетирования, как часто они пользуются справочной информацией. Часто используют справочную информацию 92% всех респондентов. Вариант ответа «иногда использую» выбрали всего 7% опрошенных. Респонденты 29 и старше лет выбирали этот ответ реже (4%), чем респонденты 14-28 лет (10%). Реже всего респондентами был выбран ответ «почти не использую», что составило 1% от всего числа опрошенных. Исходя из этого можно сделать вывод о том, что в наибольшей степени справочная информация играет немаловажную роль в повседневной практике горожан.

Мы попытались узнать у участников опроса, насколько часто они используют Интернет для поиска справочной информации. Две три респондентов (70,5%) используют Интернет в целях получения справочной информации практически каждый день. Среди них 77% – респонденты 14-28 лет, 64% – респонденты 29 лет и старше. Несколько раз в неделю с этой целью Интернет используют одна четверть общего числа респондентов (25,5%). В большей степени этот ответ был выбран представителями старшей возрастной группы – 33% (14-28 лет – 18%). Вариант ответа «несколько раз в месяц» выбрали только 3,5%. На вариант ответа «несколько раз в год» ответили лишь 0,5% опрошенных – представители молодежной возрастной группы – 14-28 лет.

Опрошенным был задан вопрос, какими именно видами справочной информации они пользуются. Как оказалось, энциклопедиями пользуются 33% опрошенных. Словарями пользуется одна треть респондентов (29%). Справочниками пользуются 32% респондентов. В графе «другое» опрошенные указывали на такие источники справочной информации как «Википедия» (англ. Wikipedia), «поисковые системы», «информационные сайты», «статьи», «учебники» и «онлайн-переводчики».

Справочная информация активно используется людьми в повседневных практиках, поэтому надо выяснить, что именно ищут респонденты, используя справочную информацию. 18,2% выбрали ответ «перевод на другие языки». 17,2% опрошенных пользуются картами и навигаторами. Вариант ответа «адреса организаций» выбрали 13,3% опрошенных. Поиск адресов больше интересует респондентов 14-28 лет (14,5%), в отличие от респондентов 29 лет и старше (12%). 13,6% опрошенных ищет с помощью справочной информации правильность написания и произношения слов. Вариант ответа «библиографические данные» отметили 11,2% опрошенных (13,2% – младшее поколение, 13,9% – старшее поколение). Телефоны организаций ищут 10,8% респондентов. Меньше всего респондентами были отмечены варианты ответа «законы» (7,9% от числа всех опрошенных) и «сведения о налогах и штрафах» (6,1%). В графе «другое» свой ответ выразили 13% респондентов. Большинство из них написали, что ищут «нужную для себя информацию», «интересующую информацию», «учебные материалы».

В рамках нашего исследования также был задан вопрос, доверяют ли респонденты информации, найденной ими при помощи справочной информации в Интернет-сетях. Чаще всего опрошенными был выбран ответ «скорее доверяю» (70%). Доверяют справочной информации лишь 24,5% опрошенных. Сомневаются в доверии справочной информации, выбрав вариант ответа «скорее не доверяю» лишь 1% респондентов. Ни один респондент не отметил ответ «не доверяю». 4,5% опрошенных затруднились ответить.

В результате анкетирования было выяснено, насколько опрошенные удовлетворены той информацией, которую они получают с помощью справочной информации. Респондентам было предложено оценить степень своей удовлетворенности по пятибалльной шкале (5 – удовлетворен(а), 1 – неудовлетворен(а)). Чаще всего респонденты оценивали степень удовлетворенности справочной информацией на «4» (55,5%), на «5» и на «3» оценивали реже всего (29% и 14,5% соответственно). Средний балл среди обеих групп опрошенных – «4,1». На «1» и «2» степень своей удовлетворенности оценили 1% респондентов.

Интернет–сети в наше время несут в себе множество способов времяпрепровождения. В последнее время также стал распространен феномен покупок товаров через Интернет. Для этого мы спросили респондентов, как часто они используют Интернет-сети для покупок. Более трех раз в месяц Интернет для покупок используют 28,2% опрошенных. Примечательно, что представители старшего поколения используют его с этой целью более трех раз в месяц намного чаще (30,5%), чем представители младшего поколения (25,7%). Вариант ответа «Иногда (раз в месяц)» выбрали одна треть респондентов (29,1% от числа всех опрошенных). Редко используют интернет для покупок 22,8% опрошенных. Меньше всего отмечали такой вариант ответа как «очень редко (пару раз в год)» (17% от общего числа респондентов). Также 2,9% респондентов написали в графе «другое», что никогда не используют Интернет для покупок.

Респондентам был задан вопрос о том, какие именно покупки они совершают через Интернет-сети. Чаще всего (25,7%) респонденты покупают в Интернет-магазинах одежду, аксессуары, какую-либо атрибутику. Гаджеты или же аксессуары для гаджетов покупают 18% опрошенных. Еду с доставкой на дом заказывают 16,7% опрошенных 14-28-летнего возраста и 23% опрошенных 29 лет и старше. Ответы двух групп совпали и при выборе ответа «игры / подписки на игры / микротранзакции в играх» – 10,1% и 9,1%. Чаще, чем респонденты 29 лет и старше (7%), книги заказывают респонденты

14-28 лет (8,2%). Это можно обосновать тем, что книги или учебники нужны ученикам школ или университета для самообучения, либо чтение в целом интереснее для молодежной возрастной группы. Бытовую технику чаще заказывают респонденты 29 лет и старше (7%), чем респонденты 14-28 лет (5,1%). Вариант ответа «цветы» выбрали лишь 2,4% от числа всех опрошенных. Косметику и парфюмерию покупают обе группы респондентов: опрошенные 14-28 лет – 8,2% опрошенные 29 лет и старше – 7,8%. В графе «другое» 2,8% респондентов писали о том, что-либо не совершают никаких покупок в Интернете, либо покупают билеты в кино.

Также мы спросили участников анкетирования, на каких именно сайтах, в каких магазинах ими в основном совершаются покупки в Интернете. На торговых площадках такого типа как «eBay» и «Aliexpress» закупаются 40% опрошенных. Чаще всего это делают представители 14-28 лет (42%), нежели представители 29 лет и старше (38%). В ближайших магазинах (магазинах города или магазинах в области) совершают покупки, забирая товар самовывозом, одна треть респондентов (29,6%). Точно также, но с доставкой на дом, покупки совершают 16%. На игровых площадках типа «Steam» и «Origin» совершает покупки меньшая часть опрошенных – 11,6%. Респонденты старшей возрастной группы отмечали этот ответ реже (7%), чем респонденты младшей возрастной группы (16,1%).

Интернет дает возможность не только заказывать товары, но и оплачивать услуги – бронировать места в кинозале, номера в гостиницах, талоны на запись к врачу и многое другое. Покупки услуг через Интернет-сети во многом облегчают жизнь людям. Именно поэтому мы спросили респондентов, какие услуги они обычно приобретают через Интернет. 21% респондентов используют услуги мобильных банков. Чаще всего этот ответ отмечали респонденты младшей возрастной группой (22,8%), нежели старшей (20,4%). Записываются к врачу 16,8% респондентов. Оплачивают услуги ЖКХ 15,5% от числа всех опрошенных. Билеты на концерты и мероприятия покупают 13% респондентов, среди которых группа

респондентов 14-28 лет делает это чаще (14,4%), чем группа респондентов 29 лет и старше (11,6%). Оставшиеся варианты ответа распределились следующим образом: «авиа и ж\д билеты» – 14,2%, «заказ номеров в гостиницах» – 6,4%, «онлайн консультации» – 4,4%, «недвижимость / аренда недвижимости» (3,8% от общего числа опрошенных). Меньше всего респонденты отмечали вариант «создание и продвижение сайтов» – 2,5%. 1,7% респондентов поделились в графе «другое», какие услуги они покупают через Интернет. Ответы были следующими: «оплата штрафов», «государственные услуги», «никакие».

Участникам опроса также был задан вопрос о том, через какие электронные устройства респонденты совершают покупки в Интернете. Респонденты 29 лет и старше используют компьютер для покупок гораздо чаще (61,9%), чем респонденты 14-28 лет (52,8%). Через мобильный телефон совершают покупки в Интернете чаще всего опрошенные 14-28 лет – 42,8%, в то время как опрошенные 29 лет и старше – 34,5%. В графе «другое» 4% опрошенных респондентов писали, что используют для покупки планшет; у одного из респондента выбор гаджета для покупки и оплаты зависит от обстоятельств. Двое респондентов совсем не используют электронные устройства для покупок.

У покупок в Интернете имеется достаточно большое количество преимуществ – можно совершать покупки, не выходя из дома; выбирать тот способ оплаты, который удобен Вам; покупать те товары, которые Вы не можете найти в ближайших магазинах. Мы решили спросить у наших респондентов, что, по их мнению, можно назвать «плюсами» покупок через Интернет. Ответ «можно купить вещи, которые не продаются в ближайших магазинах» отметили большая часть респондентов (18,6% от числа всех респондентов); у представителей обеих групп в выборе данного вопроса практически нет различий: 14-28 лет – 18,4%, 29 и старше – 18,8%. Еще одним наиболее популярным ответом среди всех респондентов был ответ «возможность сравнения цен» (16,4% от числа всех респондентов). Мнения

обеих возрастных групп при выборе этого ответа совпали (16,6% и 16,1% соответственно). Также часто выбирали такие ответы как «богатый ассортимент товаров» (15,5% от числа всех опрошенных), «можно совершать покупки, не выходя из дома» (15,1% от числа всех опрошенных) и «отсутствие очередей» (13,2% от числа всех опрошенных). 12,2% отметили преимуществом покупок в Интернете удобство оплаты. Меньше всего как преимущество покупок в Интернете респонденты отмечали предложенный нами в анкете вариант ответа «выбор доставки» – 7,6% от числа всех опрошенных. 1,4% респондентов поделились с нами в графе «другое», какие, по их мнению, еще могут быть преимущества покупок через Интернет. Чаще всего был предложен такой ответ как «низкие цены» и «отсутствие продавцов» («отсутствие контактов с людьми»), один из респондентов написал, что считает положительной стороной покупок через Интернет «демократичные цены, отсутствие наценок».

Даже имея такое большое количество преимуществ, Интернет-магазины имеют еще и ряд минусов. Казалось бы, что Интернет-магазины – это отличная замена обычным походам в магазин, где людям приходится взаимодействовать, покупать товары с наценкой, выбирать нужный товар среди небольшого ассортимента товаров и т.д. Респондентам было предложено выделить, что они считают недостатками покупок через онлайн-магазины. Наибольшая часть опрошенных считает «минусом» покупок через Интернет то, что нельзя определить качество покупаемой вещи (45,4%). Действительно, покупатели часто жалуются на этот счет в отзывах Интернет-магазинов. Часто бывает и такое (как, например, на торговой площадке Aliexpress), когда товары не соответствуют описанию (например, когда вещь не соответствует описанию. 19% опрошенных отметили ответ «отсутствие гарантии доставки». 17,7% респондентов считают одним из недостатков покупок через Интернет недостаточную безопасность платежей. Меньше всего опрошенные выбирали ответ «недостаток информации о доставке» (15,9%). В графе «другое» 2,1% респондентов указали

недостатками Интернет-магазинов следующее: «длительная доставка», «сложно определиться с размером вещи» и т.п.

Помимо всего прочего, Интернет несет в себе досугово-развлекательную функцию. В это понятие может входить множество видов деятельности, среди которых может быть общение, чтение книг, просмотр фильмов и т.д. С помощью анкетирования мы попытались узнать, насколько часто респонденты используют Интернет для досуга. Каждый день Интернет-сети в целях досуга используют наибольшая часть респондентов – 87% от числа всех опрошенных. Реже всего опрошенные отмечали, что используют Интернет в целях досуга 2-3 раза в неделю (10,5% от общего числа респондентов), 2-3 раза в месяц (1,5% от общего числа респондентов) и почти никогда не использует для таких целей всего 1% респондентов.

Далее мы решили выяснить, какими именно видами досуга пользуются опрошенные нами респонденты. Слушают музыку 18,4%, общению с близкими людьми время уделяют 18,7% респондентов. Просматривают фильмы, видео и сериалы 18,9% опрошенных, 16,2% опрошенных читают новости в Интернет-сетях, 9,5% респондентов интересуются онлайн-играми, а читают книги 7,2% опрошенных. Меньше всего респонденты выделяли такие варианты ответа как «изучаю иностранные языки» (5,2% от общего числа опрошенных), «знакомства» (3,7% от общего числа респондентов), «веду блог» (1,7% от общего числа опрошенных). В графе «другое» несколько респондентов (0,7% от общего числа участников анкетирования) отметили, что в целях досуга работают с клиентами, проходят анкеты, просматривают развлекательный контент.

Респондентам было предложено оценить по пятибалльной шкале степень их удовлетворенности использованием Интернета для проведения досуга. Две трети респондентов (58%) оценили степень удовлетворенности на «5» баллов, 32% опрошенных – на «4» балла, 8,5% – на «3» балла, 0,5% опрошенных – на «2» балла и 1% опрошенных – на «1» балл. Средний балл среди всех респондентов составил «4,5».

Исходя из результатов проведенного нами исследования можно сделать вывод о том, что справочные материалы используют обе возрастные группы, но переводы на другие языки, навигаторы и карты, биографические данные, адреса организаций ищутся при использовании справочной информации молодежной возрастной группой гораздо чаще, чем старшей возрастной группой. Респонденты 29 лет и старше чаще, чем респонденты 14-28 лет ищут сведения о налогах и штрафах, телефоны организаций. Участники опроса обеих возрастных групп считают, что скорее всего доверяют справочной информации в Интернете. Интернет с целью совершения покупок чаще всего используют представители старшего поколения, чем представители младшего. Различия в ответах на вопрос, какие покупки участники опроса совершают в Интернете следующие: еду с доставкой на дом оплачивают респонденты 14-28 лет, но, например, цветы и бытовую технику чаще всего покупают респонденты 29 лет и старше. Это можно объяснить тем, что, скорее всего, опрошенные 29 лет и старше уже имеют достаточный доход для совершения «важных» покупок – покупок, связанных со своей собственной квартирой и созданием семьи (также помимо бытовой техники это может быть мебель и т.п.). В вопросе о преимуществах и недостатках покупок через Интернет мнения обеих групп респондентов совпадают.

Можно сделать вывод, что в повседневности как для младшей возрастной группы, так и для старшей возрастной группы Интернет стал частью повседневной жизни. Средний балл удовлетворенности респондентами как досугом в Интернете, так и найденной справочной информацией достаточно высок, что доказывает, насколько Интернет играет значимую роль в обыденной, повседневной жизни. Даже имея недостатки, Интернет помогает людям найти информацию в краткий срок, которую они в следствие могут проанализировать и проверить.

## 2.2. Сравнение мнений различных групп населения о роли технологий в повседневной жизни

Также, помимо анкетирования, в ходе исследования было проведено интервью, которое носило индивидуальный характер. Оно проводилось с использованием заранее составленного списка вопросов.

В исследовании приняли жители г. о. Тольятти: Екатерина Кузнецова (32 года), Светлана Новожилова (21 год), Александр Максимов (30 лет), Антон Давыдов (21 год), Глеб Некрасов (22 года), Виталина Дружинина (24 года), Виктор Андреевич (22 года).

Первый блок вопросов касается технологий в повседневной жизни респондентов. На вопрос: **«Входит ли интернет в Вашу повседневную жизнь? Какое место он там занимает?»**, – были даны следующие ответы:

Екатерина: *«Да, входит. Занимает высокое место, ведь с его помощью я могу общаться, учиться и работать»;*

Светлана: *«Да, Интернет входит в мою повседневную жизнь. Общаюсь, смотрю фильмы и сериалы, учусь. Интернет в принципе помогает во всех сферах повседневной жизни»;*

Александр: *«Входит. Трачу на Интернет 2-3 часа в день»;*

Антон: *«Конечно же, входит. Интернет занимает одно из самых важных мест в моей повседневной жизни. Ведь это общение с людьми, которые далеко. Свежие новости. Оперативное решение важных дел».*

Глеб: *«Да, занимает второе место»;*

Виталина: *«Входит, практически каждый день я провожу несколько часов в Интернете, он служит для меня средством коммуникации, поэтому его роль в моей жизни довольно велика»;*

Виктор: *«Конечно, жить не могу без интернета».*

Как заметно по данным ответам, Интернет занимает важную часть жизни респондентов.

На следующий вопрос: **«Интернет технологии постоянно совершенствуются. Насколько быстро Вы осваиваете новые информационные технологии?»**, – мы получили следующие ответы:

Екатерина: *«Не всегда успеваю осваивать информационные технологии»;*

Светлана: *«Интернет-технологии даются мне достаточно легко. Если какое-то новшество мне непонятно в использовании, либо в его области применения, то мне достаточно прочитать какую-либо инструкцию, хотя, в основном, обходится без этого»;*

Александр: *«Быстро»;*

Антон: *«Достаточно быстро, но технологии не столько быстро доходят до нас, простых людей. Так как зачастую у нас в стране они стоят дорого или вообще отсутствуют»*

Глеб: *«Быстро»;*

Виталина: *«Довольно быстро адаптируюсь к любым новшествам»*

Виктор: *«Невероятно быстро, как только появляется что-то новое, то я сразу же, как это называется, «в тренде»*

В основном, респондентам легко дается освоение технологий.

Далее, на вопрос: **«Какие проблемы существуют в освоении Вами новой техники, связанные с информационными технологиями?»**, – нами были получены следующие ответы:

Екатерина: *«Есть некоторая сложность в освоении»;*

Светлана: *«Обычно никаких проблем в освоении технологий нет»;*

Александр: *«Некорректно написанная инструкция»;*

Антон: *«Как я уже говорил, это вопрос цены и медленное распространение этой техники по просторам России»;*

Глеб: *«Никаких»;*

Виталина: *«Обычно у меня не возникает никаких трудностей»;*

Виктор: *«Инструкции на китайском.»*

На вопрос: **«Какие повседневные задачи Вы решаете при помощи информационных технологий? (деловая переписка, покупки, оплата услуг, справочная информация)»:**

Екатерина: *«Общение с друзьями, работа, развлечения»;*

Светлана: *«Интернет очень помогает в учебе: быстро ищется различная информация, учебники, пособия, книги, статьи. Иногда оплачиваю покупки в Интернет-магазинах. Социальные сети помогают в случаях, когда нужно быстро связаться с кем-то»;*

Александр: *«Покупки, оплата услуг, поиск нужной информации»;*

Антон: *«Очень активно пользуюсь мобильным банком и сайтом государственных услуг. Ну и, конечно же, всевозможной справочной информацией из интернета»;*

Глеб: *«Оплата, покупка»;*

Виталина: *«В первую очередь общение с друзьями, а в остальное время просмотр видео, новостей, различной информации»;*

Виктор: *«Оплата услуг, деловые переписки, информация для учебы»;*

Как можно заметить по полученным ответам, интернет помогает респондентам во всех сферах их жизни.

С помощью следующего блока вопросов, касающегося использования технологий респондентом, мы выяснили, **какие способы оплаты в магазинах предпочитают респонденты:**

Екатерина: *«Оплату картой»;*

Светлана: *«Наличную оплату, так как не пользуюсь картами. Если бы у меня была карта, я бы предпочла хранить средства на ней и оплачивать ей же»;*

Александр: *«Картой»;*

Антон: *«С помощью карты. Так как не нужно носить крупные суммы при себе. Это очень удобно и безопасно»;*

Глеб: *«Карта»;*

Виталина: *«Безналичная, с помощью карты»;*

Виктор: *«С помощью карты»;*

Как видно по полученным ответам, респонденты предпочитают оплату картой. Это объясняется тем, что карта удобнее и безопаснее в использовании.

Далее, на вопрос: **«Какие услуги Вы приобретаете с помощью информационных технологий?»**, – были даны следующие ответы:

Екатерина: *«Курьерская доставка»;*

Светлана: *«Доставка еды на дом, пополнение баланса на телефоне и так далее»;*

Александр: *«Доставка продуктов, покупка предметов быта»;*

Антон: *«Всевозможные подписки на интернет-ресурсах. От журналов до игр»;*

Глеб: *«Доставку еды»;*

Виталина: *«Например, покупка фильмов в онлайн-кинотеатрах, заказы с интернет-сайтов»;*

Виктор: *«Покупка игр, подписка на музыку и развлекательные каналы платформы Twitch»;*

С помощью следующего вопроса: **«Используете ли Вы навигационные карты Интернета? Есть ли у них преимущества, по сравнению с обычными картами?»**, – мы узнали следующее:

Екатерина: *«Не использую, не знаю»;*

Светлана: *«Использую. В сравнении с обычными картами, в навигационных картах есть возможность указать путь от места нахождения до любого другого места: на карте будут указаны способы как туда добраться (номер маршрутного такси, примерное время ходьбы пешком), указание каждой из остановок и многое другое»;*

Александр: *«Использую, есть»;*

Антон: *«Интернет-картами, конечно же, пользуюсь. Они очень удобны. Они легче воспринимаются людьми, но для меня есть один минус. Очень мало толковых оффлайн карт навигации»;*

Глеб: *«Да, использую. Да, есть»;*

Виталина: *«Да, ими удобнее пользоваться, так как они всегда под рукой»;*

Виктор: *«Да, очень часто пользуюсь картами «2GIS». Преимущества в том, что когда едешь за рулем достаточно слушать указания навигатора, встроенного в эти самые карты, а не разворачивать дорожный атлас на половину салона автомобиля, чтобы посмотреть не проехал ли я поворот»;*

Респондентам был задан вопрос: **«Существуют ли недостатки навигационных карт Интернета?»**, – на который мы получили следующие ответы:

Екатерина: *«Не использую, не знаю»;*

Светлана: *«Не могу выделить никаких недостатков»;*

Александр: *«Скорее всего, нет»*

Антон: *«Конечно, не всегда точно определяется твое местоположение. И чтобы пользоваться ими в оффлайн режиме надо скачать достаточно большой объем информации на свой телефон»;*

Глеб: *«Нет»;*

Виталина: *«Иногда, отсутствие фотографии определенного места»;*

Виктор: *«Не все организации используют отметки себя на картах, искать отдельные организации не по адресу иногда достаточно проблематично»;*

**«Какие преимущества Вы можете назвать в применении информационных технологий в повседневной жизни?»:**

Екатерина: *«Скорость. Можно быстро выполнять определенные операции»;*

Светлана: *«Как я говорила ранее, Интернет помогает в большинстве повседневных дел. Любые прочие технологии (бытовая техника и т.д.) также тесно вписались в рутинную жизнь, что без них ведение быта и многих других дел представляется с трудом»;*

Александр: *«Доступность»;*

Антон: *«Быстрота, качество, возможность заниматься делами в любом месте»;*

Глеб: *«Помогает следить за здоровьем»;*

Виталина: *«В первую очередь высокая мобильность, возможность в любой момент удовлетворить любую информационную потребность»;*

Виктор: *«Человек становится мобильным и достаточно быстро разрешаются вопросы, в которых человек не компетентен. Например, в спорах с ДПС, можно быстро найти нужный вам закон и ознакомиться с ним»;*

Последний вопрос блока звучит следующим образом: **«Существуют ли проблемы, вызванные применением информационных технологий в повседневной жизни?»**. На него опрошенные ответили следующим образом:

Екатерина: *«Да, некоторые гаджеты отрицательно влияют на здоровье»;*

Светлана: *«Нет, для меня нет никаких проблем в применении информационных технологий»;*

Александр: *«Прерывание сети»;*

Антон: *«Возможно, очень много банков, фирм, предприятий переходят на интернет-оплату, услуги. И часть взрослого и пожилого населения не имеют возможности ими пользоваться»;*

Глеб: *«Нет»;*

Виталина: *«Бывает, что провожу в интернете слишком много времени и устаю»;*

Виктор: *«Да, иногда люди используют свои гаджеты на ходу. То есть внимание их отвлечено, а это иногда бывает не совсем безопасно»;*

Как видно по полученным ответам, респонденты иногда сталкиваются с трудностями, вызванными применением информационных технологий.

Следующий и последний блок вопросов посвящен интернету и досугу респондентов в нем. Респондентам был задан вопрос: **«Как Вы проводите**

**свое свободное время? Есть ли у Вас хобби?»,** – на который они ответили следующее:

Екатерина: *«Читаю книги»;*

Светлана: *«Чаще всего я читаю новости в социальных сетях, просматриваю развлекательные ресурсы и видеозаписи. Люблю проводить время в онлайн-играх. Как такового хобби у меня нет»;*

Александр: *«Занимаюсь делами. Моё хобби – работа в гараже»;*

Антон: *«Провожу свободное время со своей девушкой, играю в компьютерные игры. Хобби конечно же есть. Я увлекаюсь баскетболом, тренируюсь в составе сборной университета»;*

Глеб: *«Да, занимаюсь музыкой»;*

Виталина: *«Хобби рисование и плетение, но чаще всего я гуляю или играю в компьютерные игры»;*

Виктор: *«Свободное время люблю проводить по-разному: играть в компьютерные игры с друзьями, смотреть фильмы в онлайн-кинотеатрах, гулять с женой, встречаться с друзьями, ходить с ними на всякие культурные мероприятия. Хобби: баскетбол, коллекционирование монет и купюр разных стран»;*

Далее мы выяснили, **используют ли респонденты Интернет для организации своего досуга:**

Екатерина: *«Да, использую»;*

Светлана: *«Да, использую»;*

Александр: *«Нет, не использую»;*

Антон: *«Конечно. Интернет – это очень простой способ собрать друзей в единый диалог и обсудить детали встречи»;*

Глеб: *«Да»;*

Виталина: *«Да, часто я составляю план на день в интернет-сервисах»;*

Виктор: *«Да, с помощью интернета организовываются встречи с друзьями. Так же нахожу информацию по тем или иным монетам»;*

На вопрос: **«Имеет ли значение интернет для Вашего хобби?»**, – были даны следующие ответы:

Екатерина: *«Незначительное»;*

Светлана: *«Учитывая, что хобби у меня нет, Интернет имеет значение для моего времяпрепровождения в целом»;*

Александр: *«Да»;*

Антон: *«Да, я иногда смотрю видео-уроки и советы к тренировочному процессу».*

Глеб: *«Да»;*

Виталина: *«Да, там я могу узнать что-то новое или подсмотреть какую-либо идею»;*

Виктор: *«Да, смотрю всевозможные тренировочные процессы для улучшения своих навыков в баскетболе, и информацию по купюрам и монетам»;*

В ходе интервью, опрошенным был задан вопрос: **«Считаете ли Вы, что Вы проводите в Интернете слишком много времени? Почему?»**, – на который они ответили следующим образом:

Екатерина: *«Нет не считаю, я могу проводить в интернете сколько угодно времени»;*

Светлана: *«Думаю, что да. Часто откладываю дела по дому взамен на то, чтобы развлечься, сидя в Интернете»;*

Александр: *«Нет, не считаю»;*

Антон: *«Нет, не считаю. Потому что интернет всегда под рукой. И можно с помощью него заняться чем-то важным или интересным. Пока, допустим, едешь в автобусе»;*

Глеб: *«Нет, интернет – часть работы, а работы много не бывает»;*

Виталина: *«Нет, не считаю, если я захочу - я просто туда не захожу, моменты, когда я там засиживаюсь довольно редки»;*

Виктор: *«Нет, не считаю, интернет – это океан информации, а информация – это одна из составляющих развития, чем дольше я «плаваю» в*

*этом океане тем больше информации охватываю. Это стимулирует мои способности, и я не становлюсь похожим на овощ»;*

Далее, респондентам был задан вопрос: **«Как Вы относитесь к тому, что Интернет занимает большую часть времени большинства людей?»**.

На него нами были получены следующие ответы:

Екатерина: *«Нейтрально»*

Светлана: *«Нейтрально. Дело каждого, как ему организовывать свой досуг»;*

Александр: *«Отрицательно»;*

Антон: *«Адекватно. Это личное дело каждого человека, как проводить свое свободное время»;*

Глеб: *«Это уже входит в норму»;*

Виталина: *«Думаю, это неизбежное влияние информационного века технологий»;*

Виктор: *«Мне все равно, ведь это дело каждого – чем, как и как долго заниматься»;*

На вопрос: **«Можете ли Вы сказать, что информационные технологии являются для Вас чем-то незаменимым?»**, – нами были получены следующие ответы:

Екатерина: *«Да, они значительно упрощают большинство вещей»;*

Светлана: *«Да, могу, так сказать. Технологии все больше и больше становятся частью моей повседневной жизни»;*

Александр: *«Да»;*

Антон: *«В какой-то степени да. В данный момент я нахожусь за пределами своей страны. И тут я зависим от интернета. Потому что я с его помощью поддерживаю связь с родными и близкими мне людьми, смотрю перевод незнакомых мне слов. Интернет – это гораздо проще, чем носить с собой словарь или тратить бешеные деньги на звонки»;*

Глеб: *«Да»;*

Виталина: *«Скорее, да, так как моя повседневность довольно плотно связана с Интернетом»;*

Виктор: *«В какой-то мере да, возможно без интернета большинство нынешних специалистов не специалисты вовсе»;*

Технологии играют важную роль в повседневной жизни респондентов.

Последний вопрос выглядит следующим образом: **«Могли бы Вы отказаться от использования информационных технологий, которые применяете в повседневной жизни?»**. На него респонденты дали следующие ответы:

Екатерина: *«Нет»;*

Светлана: *«Скорее всего, нет»;*

Александр: *«Нет»;*

Антон: *«Если возникнет острая необходимость в этом, то, пожалуй, что смогу отказаться, но зачем отказываться от благ и комфорта современного мира? Мы же в свое время не отказались от электричества или водопровод»;*

Глеб: *«Только на время»;*

Виталина: *«Да, если это действительно потребуется, я смогу от них отказаться»;*

Виктор: *«Да, но мне было бы крайне тяжело, я бы стал отставать от людей, кто активно пользуются информационными технологиями, до меня бы долго доходили новости, и я бы просто напросто не понимал бы, о чем идет речь»;*

По результатам проведенного нами интервью, можно сделать вывод о том, что респонденты не видят необходимости отказываться от технологий, которые стали частью их обыденной жизни.

Информационные технологии охватывают все сферы жизни человека – вплоть до повседневной. Помимо работы и учебы Интернет помогает респондентам в организации своего досуга. Технологии настолько сильно влились в нашу повседневную жизнь, что выполнение каких-либо

повседневных дел и задач уже не представляется без информационных технологий.

Использование респондентами навигационных Интернет-карт заменяет им обычные карты. Хранение средств на банковских картах, и, вследствие, оплата ими товаров и услуг кажется респондентам наиболее безопасной, чем хранение средств в наличном виде. Респонденты не считают, что Интернет занимает большое количество их времени.

В современном информационном обществе технологии стали неотъемлемой частью нашей жизни. Эта проблема будет актуальна до тех пор, пока будут существовать и появляться новые и новые технологии.

## Заключение

Технологии занимают высокое место в повседневной жизни множества людей. С каждым годом они все больше внедряются в нашу рутинную жизнь, дополняя и улучшая ее. Многие могут даже не замечать, что информационно-коммуникационные технологии прямо воздействуют на их жизнь, тем самым определяя быт, образ жизни и даже мышление. В связи с трансформацией понятия повседневности, пересматривается повседневность как таковая – становится важным понимать, как выступает продукт взаимодействия человека с окружающим миром.

В параграфе 1.1. рассматриваются социологические теории повседневности различных ученых, которые являются актуальными в современном информационном обществе. Технологии начинают преобладать в рутинной жизни, в то время как повседневность человека становится все более отчужденной.

В параграфе 1.2 описана роль технологий, участвующих в повседневной жизни в информационном обществе. Помимо развлечений, которые предоставляют нам технологии, большую роль в жизни человека играет обслуживание, а именно быстрая оплата, покупки в Интернете и так далее. Компьютеризация повлекла за собой развитие информационной составляющей общества – информацию можно называть продуктом или товаром. Помимо развитой сферы обслуживания, технологии привнесли в повседневную жизнь и развитие коммуникационных инноваций, которые, в свою очередь, являются социальным продуктом.

Во второй главе представлены результаты анкетирования и интервьюирования на тему представлений о технологиях в повседневности и пользования ими. Выявлены проблемы пользования технологиями, способы времяпрепровождения в Интернете, большое внимание также уделено покупкам в сети – их достоинствам и недостаткам; отношение к популяризации Интернета в обществе.

**Список используемой литературы и источников**

1. Анисимова, С. Г. Личность в постиндустриальном обществе: транзикация через аномию // Вестник Северо-Восточного федерального университета им. М.К. Аммосова. – 2008. – №4. – С. 84-90.
2. Арзаканян, Ц. Г. Философия техники в ФРГ. / Ц. Г. Арзаканян – М.: Прогресс, 1989. – С. 364-371.
3. Артур, А. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации для анализа / А. Артур // М.: Изд. Дом «Вильямс», 2009. – 928 с.
4. Балакина, Н. А. Традиция в кластере современных понятий / Н. А. Балакина // Вестник ЧелГУ. – 2014. – №17. – С. 44-46.
5. Барковская, А. Ю. Социологическая интерпретация категории «Социальное пространство» / А. Ю. Барковская // Вестник ВолГУ. Серия 7: Философия. Социология и социальные технологии. – 2013. – №1. – С. 49-55.
6. Белов, В. Н. Проблема конструктивной и деструктивной социализации в коммуникативном подходе Ю. Хабермаса / В. Н. Белов // Известия ПГУ им. В.Г. Белинского. – 2011. – №23. – С. 15-17.
7. Беспалова, Ю. М. Информационные технологии в повседневности региона: социально-экономический аспект / Ю. М. Беспалова // Вестник ЧелГУ. – 2013. – №32. – С. 18-23.
8. Бобова, Л. А. Мануэль кастельс: влияние сетевого общества на характер социальных коммуникаций / Л. А. Бобова // Вестник МГИМО. – 2013. – №5. – С. 213-220.
9. Богатикова, А. О. Машины не ставить: повседневные практики проведения границ в жилом пространстве города / А. О. Богатикова // Вестник ТомГУ. Философия. Социология. Политология. – 2013. – №1. – С. 180- 187.

10. Вартанова, Е.Л. Финская модель на рубеже столетий: Информационное Общество и СМИ Финляндии в европейской перспективе / Е. Л. Вартанова – М.: Изд-во МГУ, 1999. – 287 с.
11. Веричева, К. В. Социальное конструирование личности / К. В. Веричева // Известия РГПУ им. А.И. Герцена. – 2012. – №149. – С. 51-58.
12. Войнилов, Ю. Л. Джордж Герберт Мид как «Основатель» символического интеракционизма / Ю. Л. Войнилов // Общество: социология, психология, педагогика. – 2016. – №9. – С. 18-20.
13. Гарфинкель, Г. Обыденное знание социальных структур: документальный метод интерпретации в профессиональном и непрофессиональном поиске фактов / Г. Гарфинкель // Социологическое обозрение. – 2003. – №1. – С. 3-19.
14. Грицанов, А. А Постмодернизм / А. А. Грицанов // Энциклопедия. Минск: Интерпрессервис; Книжный Дом, 2001. – 1040 с.
15. Давыдов, О. Б. Философский аспект социального эскапизма в эпоху виртуальности / О. Б. Давыдов // Вестник Северо-Восточного федерального университета им. М.К. Аммосова. – 2015. – №2. – С. 77-81.
16. Дедюлина, М. А. «Морализация технологий»: от компьютерных артефактов к социальным практикам / М. А. Дедюлина // Философские проблемы информационных технологий и киберпространства. – 2015. – №2. – С. 75-86.
17. Долгоруков, А. М. Интернет и будущее социологии / А. М. Долгоруков // Мониторинг. – 2015. – №2. С. 32-43.
18. Дюркгейм, Э. О разделении общественного труда / Э. Дюркгейм – М.: Наука, 1991. – С. 244.
19. Дюркгейм, Э. Самоубийство / Э. Дюркгейм – М.: Мысль, 1994. – С. 238.

20. Заладина, М. В. Критерии и границы утопии как методологическая проблема / М. В. Заладина // Вестник ВятГГУ. – 2016. – №8. – С. 5-9.
21. Зиммель, Г. Социальная дифференциация / Г. Зиммель – М.: 1909. – С. 14-21.
22. Когай, Е. А. Жизненный мир в европейской традиции: опыт рецепции / Е. А. Когай // Ученые записки. Электронный научный журнал Курского государственного университета. – 2014. – №4. – С. 68-74.
23. Колозариди, П. В. Мессенджеры в городской среде: гибридные формы и новые практики / П. В. Колозариди // Шаги/Steps. – 2015. – №3. – С. 127-138.
24. Кондрашов, П. Н. Философия практики Карла Маркса и материализм / П. Н. Кондрашов // Вестник ОмГУ. – 2015. – №3. – С. 79-84.
25. Латышева, Ж. В. Социально-феноменологические составляющие концептуализации категории социального трансцендирования / Ж. В. Латышева // Вестник КГУ. – 2013. – №2. – С. 76-79.
26. Лефевр, А. Повседневное и повседневность / А. Лефевр // Социологическое обозрение. – 2007. – №3. – С. 33-36.
27. Малахов, В. П. История политических и правовых учений / В. П. Малахов // М.: Юнити-Дана, 2007. – 319 с.
28. Манхейм, К. Диагноз нашего времени / К. Манхейм – М.: Юрист, 1994. – 700 с.
29. Мельник, Н. Н. Современные теории социального действия в немецкой социологии / Н. Н. Мельник // Социологический альманах. – 2012. – №3. – С. 408-414.
30. Никифорова, С. В. Конструирование образов повседневности / С. В. Никифорова // В мире науки и искусства: вопросы филологии, искусствоведения и культурологии. – 2015. – № 46. – С. 16-23.
31. Новикова, О. Н. Виртуализация жизненного мира человека в игровых практиках современности / О. Н. Новикова // Вестник ВятГГУ. – 2016. – №12. – С. 9-14.

32. Розенберг, Н. В. Феноменологический поворот в отечественном социально-гуманитарном знании: подходы к изучению повседневности / Н. В. Розенберг // Известия ВУЗов. Поволжский регион. Гуманитарные науки. – 2008. – №3. – С. 46-55.
33. Руднев, Ю. В. Два тела Фуко (очерк современного состояния Foucault Studies) / Ю. В. Руднев // Политика. – 2015. – №4. – С.48-68.
34. Рыбина, М. Н. Потребление как существенный фактор развития человека в условиях формирования новой экономики / М. Н. Рыбина // Вестник ГУУ. – 2013. – №19. – С. 205-213.
35. Рябова, М. Ю. Знаковые структуры повседневности / М. Ю. Рябова // Вестник КемГУ. – 2012. – №4. – С.128-131.
36. Синцова, Л. К. Повседневность в отечественном социогуманитарном знании: проблемы, традиции, направления исследования / Л. К. Синцова // Формирование системного мировоззрения современного человека материалы научно-практической конференции. – 2017. – С. 73-75.
37. Утехин, И. Место действия. Публичность и ритуал в пространстве постсоветского города / И. Утехин // М.: Strelka Press, 2012. – 4 с.
38. Химанен, П. Информационное общество и государство благосостояния: Финская модель / П. Химанен – М.: Логос, 2002. – 219 с.
39. Хоркхаймер, М., Адорно Т. Диалектика просвещения. Философские фрагменты / М. Хоркхаймер, Т. Адорно – М.: 1997. – С. 171.
40. Шихардин, Н. В. Концепция повседневности в неомарксизме А. Лефевра / Н. В. Шихардин // Вестник ВолГУ. Серия 7: Философия. Социология и социальные технологии. – 2008. – №1. – С. 16-19.
41. Шушкина, А. Г. Критическая теория общества сегодня / А. Г. Шушкина // Гуманитарные исследования в Восточной Сибири и на Дальнем Востоке. – 2014. – №2 (28). – С. 98-103.

42. Шюц А. Структура повседневного мышления / А. Шюц // Социологические исследования. – 1988. – № 2. – С. 120–136.
43. Щедровицкий П. От разделения труда к разделению деятельности / П. Щедровицкий, Ю. Кузнецов // Философские науки. – 2014. – № 6. – С. 49–64.
44. Абельс, Х. Проблема социального порядка в социологии Т. Парсонса. [Электронный ресурс] – Режим доступа: [soc.ru.ru:8101/publications/pts/abels.html](http://soc.ru.ru:8101/publications/pts/abels.html). (Дата обращения: 07.09.2017).
45. Авцинова, Г. И. Гегемонизм и лидерство государств: исторические и современные аспекты / Г. И. Авцинова // 2015 г. – №3. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/gegemonizm-i-liderstvo-gosudarstv-istoricheskie-i-sovremennye-aspekty> (Дата обращения: 05.09.2017).
46. Алферов, О. Л. Информационное общество: истоки, проблемы, тенденции развития. Серия 4: Государство и право. Реферативный журнал. – 2001. – №2. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/2001-02-034-melyuhin-i-s-informatsionnoe-obschestvo-istoki-problemy-tendentsii-razvitiya-m-izd-vo-mosk-un-ta-1999-308-s-21-vek-informatsiya-i> (Дата обращения: 25.04.2018).
47. Вальтер, Б. Московский дневник: [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://artguide.com/posts/294-val-tier-bien-iamin-mos>. (Дата обращения: 09.09.2017).
48. Гоффман, И. «Представление себя другим в повседневной жизни» и социологическая традиция: [Электронный ресурс] – Режим доступа: [http://sbiblio.com/BIBLIO/archive/gofman\\_predstavlenie/00.aspx](http://sbiblio.com/BIBLIO/archive/gofman_predstavlenie/00.aspx) (Дата обращения: 19.09.2017).
49. Томпсон, Э. П. Плейбейская культура и моральная экономия: [Электронный ресурс] – Режим доступа:

<http://commons.com.ua/ru/plebejskaya-kultura-i-moralnaya-ekon/> (Дата обращения: 15.09.2017).

50. Хабермас, Ю. Отношения между системой и жизненным миром в условиях позднего капитализма: [Электронный ресурс] – Режим доступа:

<http://knigi.link/page/sotciolog/ist/ist-5-idz-ax253-nf-11.html>

(Дата обращения: 11.09.2017).

51. Шюц, А. Смысловая структура повседневного мира: [Электронный ресурс] – Режим доступа:

<http://yanko.lib.ru/books/philosoph/shutz-smusl-str-povsed-a.htm> (Дата

обращения 18.09.2017).

## ПРИЛОЖЕНИЯ

### Приложение 1

#### Программа исследования

#### Методологический раздел

**Обоснование проблемы исследования.** Информационное общество, как известно, в наши дни очень распространено и развито. Интернет играет немаловажную роль в жизни людей, предоставляя огромный спектр возможностей – общение, поиск нужной информации, передач, развлечения, оплату услуг, новости и т.д. Это такая «площадка», на просторах которой человек может найти ответы на интересующие его вопросы. Все это вошло в привычку, является для людей обычным и обыденным.

Конечно же, интернет используется людьми в профессиональной сфере, но не стоит забывать и о том, как он может использоваться в повседневной жизни человека: покупки в интернете, просмотр роликов и фильмов, скачивание игр, развлекательные сайты, социальные сети и т.д. Все это стало привычным времяпрепровождением практически для любого человека. Жизнь разделилась на реальную и виртуальную. В виртуальном мире человек может по-другому себя вести, отдыхая от повседневной рутины.

Люди различных возрастных групп, молодежь и старшее поколение, по-разному проводят свое свободное время в Интернете. В большинстве, конечно же, интернетом пользуется либо подрастающее поколение (дети, подростки), либо взрослые. Пожилые люди относятся к интернету и информационной среде с неким презрением, непониманием, так как это для них непривычно. «Развитие человека происходит гораздо стремительнее в годы до достижения зрелости, чем после. Поэтому люди старшего поколения оказываются в большей степени подлинно отчужденными от

информационной среды, игнорирующими информационно-технологические и культурные изменения»<sup>53</sup>.

Ажиотаж, возникший из-за популярности Интернета, появился не просто так-то, с каким рвением люди стремятся провести время в Интернете, наталкивает на мысль, что обычная увлеченность перерастает в Интернет-зависимость. Это понятие характеризуется тем, что люди предпочитают жить в виртуальном мире, нежели реальном. «У современного человека множество возможности приятно провести время, но он ищет все новые и новые. Сеть в этом ряду занимает свое особое место. Сеть не вызывает физиологической зависимости, а только лишь психологическую. Это может послужить аргументом в ее защиту: сеть – «экологически чистый» помощник от стрессов».<sup>54</sup> Поэтому важно знать отношение различных возрастных групп к Интернету, их мнение о значимости Интернета, а также степень их вовлеченности в него. О.Н. Вершинская предложила типологизацию людей<sup>55</sup>, связанных с информационной средой:

- 1) Отчужденные, те, кто не замечает новой информационной среды;
- 2) Не использующие новые технологии, не интегрировавшиеся, но и не отрицающие необходимость этого;
- 3) Те, кто активно противостоит нововведениям, считая их общественно вредными;
- 4) Создающие информационную среду, новые информационные ресурсы;
- 5) Использующие информационную среду – те, кто интегрировался в нее;
- 6) Находящиеся в процессе интеграции, делает первые шаги.

Поэтому **целью** данного социологического исследования стал анализ представлений различных групп населения о значимости Интернет-сетей в повседневной жизни.

**В соответствии с целью поставлены следующие задачи:**

<sup>53</sup> Красинская, И. С. Социальная адаптация личности в информационном обществе: аксиологический аспект проблемы / И. С. Красинская // Вісн. Харк. нац. ун-ту ім. В. Н. Каразіна. - 2008. - № 829. - С. 34

<sup>54</sup> Анна Вардо. Значение Интернета в жизни людей / [Электронный ресурс]: URL: <https://www.proza.ru/2010/04/09/1451> (Дата обращения: 20.03.18).

<sup>55</sup> Красинская, И. С. Социальная адаптация личности в информационном обществе: аксиологический аспект проблемы / И. С. Красинская // Вісн. Харк. нац. ун-ту ім. В. Н. Каразіна. - 2008. - № 829. - С. 34

1. Определить частоту использования респондентами справочной информации
2. Оценить удовлетворенность респондентов справочной информацией
3. Определить, какие покупки совершают респонденты через Интернет
4. Выявить преимущества и недостатки покупок через Интернет
5. Оценить удовлетворенность респондентов покупками через Интернет
6. Определить частоту использования респондентами Интернета в целях проведения досуга
7. Выявить, какими видами досуга с помощью Интернета пользуются респонденты
8. Оценить удовлетворенность респондентов использования Интернета для проведения досуга

Исходя из этого **объектом исследования** являются пользователи Интернет-сетей разных групп населения по возрастному признаку (14-28 лет; 29 и старше).

**Предмет исследования:** анализ представления об Интернете и практики использования Интернет различных групп населения.

#### **Гипотезы исследования:**

1. Предположительно, респонденты часто используют Интернет для получения справочной информацией и относятся к справочной информации с доверием;
2. Респонденты возрастной категории 14-28 лет чаще используют Интернет для покупок, чем респонденты возрастной категории 29 и старше
3. Предположительно, среди преимуществ покупок через Интернет респонденты выделяют возможность совершать покупки, не выходя из дома
4. Среди недостатков покупок через Интернет респонденты выделяют невозможность определить качество покупаемой вещи

5. Предположительно, респонденты обеих возрастных категорий (14-28 лет; 29 и старше) часто используют Интернет для проведения досуга

### **Системный анализ объекта исследования**

#### **Блок 1. Использование Интернета для получения справочной информации**

- Частота использования справочной информации
- Виды справочной информации, которыми пользуются
- Доверие к справочной информации

#### **Блок 2. Использование Интернета для покупок**

- Виды электронных устройств, которые используют для покупок
- Виды покупок через Интернет
- Виды услуг, приобретаемых через Интернет
- Частота покупок и услуг через Интернет
- Преимущества покупок через Интернет
- Недостатки покупок через Интернет

#### **Блок 3. Использование Интернета для досуга**

- Частота использования Интернета для проведения досуга
- Виды досуга с использованием Интернета
- Удовлетворенность использования Интернета для проведения досуга

#### **Блок 4. Социально-демографические характеристики**

- пол (опрос проводится среди мужчин и женщин);
- возраст (14-28, 29 и старше);
- вид деятельности (ученик / студент / работающий / безработный/ пенсионер);
- образование

#### **Теоретическая интерпретация социологических понятий**

В данном исследовании мы руководствовались следующими понятиями и категориями:

*Справочная система* – предназначена для получения пользователем максимально точной (релевантной) информации по интересующей (и ограниченной базой статей) теме. Обычно выбор статьи происходит по иерархии разделов справки. Справочные системы часто комбинируются с поисковыми, где выборка релевантных статей определяется по заданным ключевым словам или (при полнотекстовом поиске) частью предложения.

*Интернет* – всемирная система объединённых компьютерных сетей для хранения и передачи информации. Часто упоминается как Всемирная сеть и Глобальная сеть, а также просто Сеть. Построена на базе стека протоколов TCP/IP. На основе Интернета работает Всемирная паутина (World Wide Web, WWW) и множество других систем передачи данных.

*Интернет-магазин* – сайт, торгующий товарами посредством сети Интернет. Позволяет пользователям онлайн, в своём браузере или через мобильное приложение, сформировать заказ на покупку, выбрать способ оплаты и доставки заказа, оплатить заказ. При этом продажа товаров осуществляется дистанционным способом, и она накладывает ограничения на продаваемые товары.

*Микротранзакции (микроплатеж / донат)* – популярная бизнес-модель распространения загружаемого контента или доступа к предоставляемым услугам по небольшим ценам. Такая модель особенно распространена в различных MMORPG-играх и зачастую заменяет собой плату в виде подписки. Также подобная модель оплаты применяется при распространении контент-услуг в сетях сотовой связи (мелодии, картинки, программы для мобильных телефонов и коммуникаторов). Невысокий размер оплаты снижает психологический барьер перед покупкой у потенциального покупателя.

*Свободное время (досуг)* – общественно-историческое явление, часть общественного свободного времени, не занятая делами производственной или жизненной необходимости.

## Операционализация социологических понятий

Данное исследование предполагает рассмотрение в первом блоке вопросов использования респондентами Интернета в целях поиска справочной информации. Первый вопрос о том, *часто ли респонденты используют интернет для получения справочной информации*, даст нам понять, как часто респонденты используют Интернет с целью получения справочной информации:

- ✓ Часто использую
- ✓ Иногда использую
- ✓ Почти не использую
- ✓ Не использую

Следующий вопрос о *частоте использования Интернета в целях получения справочной информации* позволяет нам понять, насколько часто респонденты используют Интернет с целью получения справочной информации:

- Практически каждый день
- Несколько раз в неделю
- Несколько раз в месяц
- Несколько раз в год

Далее мы узнаем о том, *какими видами справочной информации* пользуются респонденты:

- ✓ Энциклопедии
- ✓ Словари
- ✓ Справочники
- ✓ Другое \_\_\_\_\_

Номинальная шкала поможет нам выяснить, *что ищут респонденты, используя справочную информацию в Интернете*:

- Правильность написания, произношения слов
- Перевод на другие языки
- Схемы проезда (навигаторы, карты)

- Телефоны организаций
- Биографические данные
- Адреса организаций
- Законы
- Сведения о налогах, штрафах

Следующий вопрос *о доверии респондентов к справочной информации*, поможет нам выяснить, доверяют ли респонденты той справочной информации, которую находят в Интернете:

- ✓ Доверяю
- ✓ Скорее доверяю
- ✓ Скорее не доверяю
- ✓ Не доверяю
- ✓ Затрудняюсь ответить

Далее порядковая шкала поможет нам определить, *насколько респонденты удовлетворены той информацией, которую получают с помощью источников справочной информации в Интернете*:

- Удовлетворен(а) полностью
- Удовлетворен(а)
- Скорее удовлетворен(а)
- Скорее не удовлетворен(а)
- Не удовлетворен(а)
- Затрудняюсь ответить

Далее, во втором блоке вопросов, мы рассматриваем использование респондентами Интернета для покупок. Ответ на первый вопрос о том, *используют ли респонденты Интернет для покупок*, поможет нам определить, используют ли респонденты Интернет с целью покупок:

- ✓ Использую
- ✓ Не использую

С помощью следующего вопроса мы выясним, *как часто респонденты используют Интернет для покупок*:

- Часто (больше трех раз в месяц)
- Иногда (раз в месяц)
- Редко (раз в 2-3 месяца)
- Очень редко (пару раз в год)

После этого мы попытаемся узнать, *какие покупки респонденты совершают в Интернете:*

- ✓ Одежда / аксессуары / различная атрибутика
- ✓ Гаджеты, аксессуары для гаджетов
- ✓ Еда с доставкой на дом
- ✓ Игры / подписки на игры / микротранзакции в играх
- ✓ Книги
- ✓ Бытовая техника
- ✓ Цветы
- ✓ Косметика, парфюмерия

Номинальная шкала позволит нам определить, *в каких магазинах респонденты совершают эти покупки в Интернете:*

- На торговых площадках (eBay, Aliexpress и др.)
- В магазинах города и области (покупки оплачиваю в Интернете, товар забираю самовывозом)
- В магазинах города и области с доставкой на дом
- На игровых площадках (Steam, Origin и др.)
- Другое \_\_\_\_\_

Далее мы узнаем, *какие услуги респонденты приобретают через Интернет:*

- ✓ Недвижимость / аренда недвижимости
- ✓ Создание и продвижение сайтов
- ✓ Онлайн консультации
- ✓ Авиа и ж\д билеты
- ✓ Заказ билетов на концерты, мероприятия
- ✓ Заказ номеров в гостиницах

- ✓ Оплата услуг ЖКХ
- ✓ Мобильный банк
- ✓ Запись к врачу
- ✓ Другое \_\_\_\_\_

Следующий вопрос поможет нам определить, с каких устройств респонденты выходят в Интернет с целью совершить покупку:

- Компьютер
- Мобильный телефон
- Другое \_\_\_\_\_

Далее мы попытаемся узнать, каковы преимущества покупок через Интернет по мнению респондента:

- ✓ Можно купить вещи, которые не продаются в ближайших магазинах
- ✓ Богатый ассортимент товаров
- ✓ Можно совершать покупки, не выходя из дома
- ✓ Удобство оплаты
- ✓ Выбор доставки
- ✓ Возможность сравнения цен
- ✓ Отсутствие очередей
- ✓ Другое \_\_\_\_\_

Последний вопрос блока поможет нам выявить недостатки покупок через Интернет по мнению респондента:

- Нельзя определить, насколько качественна покупаемая вещь
- Недостаточная безопасность платежей
- Недостаточно информации о товаре
- Отсутствие гарантии доставки

В следующем блоке вопросов мы узнаем, использует ли респондент Интернет для досуга:

- Использую
- Не использую (в этом случае респондент переходит к блоку вопросов социально-демографических характеристик)

Далее мы попытаемся выяснить, *как часто респондент использует Интернет для досуга:*

- Каждый день
- 2-3 раза в неделю
- 2-3 раза в месяц
- Почти не использую Интернет в целях досуга
- Другое \_\_\_\_\_

Следующий вопрос даст нам понять, *какими видами досуга в Интернете пользуется респондент:*

- Знакомства
- Общение с близкими людьми
- Просмотр видео / фильмов / сериалов
- Онлайн-игры
- Читаю книги
- Слушаю музыку
- Читаю новости
- Веду блог
- Изучаю иностранные языки
- Другое \_\_\_\_\_

С помощью ранговой шкалы мы выясним, *насколько респондент удовлетворен использованием Интернета для проведения досуга по пятибалльной шкале:*

- 5 – удовлетворен полностью
- 4 – удовлетворен
- 3 – скорее удовлетворен
- 2 – скорее не удовлетворен
- 1 – не удовлетворен
- 0 – затрудняюсь ответить

Последний блок вопросов включает в себя вопросы о социально-демографических характеристиках респондента. Сначала мы узнаем *пол респондента*:

- Мужской
- Женский

Далее узнаем *возраст респондента*:

- 14-28 лет
- 29 и старше

С помощью следующего вопроса мы узнаем *образование респондента*:

- Общее (окончил школу)
- Начальное, среднее профессиональное (окончил технический лицей, колледж, техникум)
- Высшее (окончил ВУЗ)

Последний вопрос анкеты даст нам понять, *каков вид деятельности респондента*:

- Ученик
- Студент
- Работающий
- Безработный
- Пенсионер

## Методический раздел

### Обоснование выборки исследования

Данное социологическое исследование является пилотажным, поэтому выборочную совокупность в размере 200 человек можно считать достаточной. По типу выборка целевая, где единицами отбора выступят индивиды двух групп: 100 респондентов 14- 29 лет, 100 респондентов – 29 лет и старше.

### **Метод социологического исследования**

Для получения необходимых данных используется анкетный опрос.

#### **План-график исследования**

Первый этап составляет подготовка к социологическому исследованию: разработка программы, составление инструментария.

На втором этапе проводится непосредственно сам анкетный опрос. Затем – сбор полученных результатов, обработка, первичный анализ.

На третьем этапе, на основе полученных данных, пишется научный отчет, подтверждаются или опровергаются гипотезы, составляются рекомендации.

## Анкета исследования

Уважаемый респондент!

*Кафедра социологии Тольяттинского государственного университета проводит социологическое исследование с целью выяснить, как относятся жители г.о. Тольятти к Интернету в повседневной жизни.*

*Просим Вас, по возможности, ответить на все вопросы анкеты, выбрав вариант ответа, более точно отражающий Ваше мнение. Некоторые вопросы предполагают несколько вариантов ответа. Если Вы не согласны ни с одним из предложенных вариантов, допишите, пожалуйста, свой ответ на свободной строчке. Ваши ответы будут использоваться только в обобщенном виде.*

*Заранее благодарим Вас за участие в социологическом исследовании!*

### 1. Часто ли Вы используете Интернет для получения справочной информации?

*(отметьте только один вариант ответа)*

1. Часто использую
2. Иногда использую
3. Почти не использую
4. Не использую

### 2. Насколько часто Вы используете Интернет в целях получения справочной информации?

*(отметьте только один вариант ответа)*

1. Практически каждый день
2. Несколько раз в неделю
3. Несколько раз в месяц
4. Несколько раз в год

### 3. Какими видами справочной информации в Интернете Вы пользуетесь? *(можете выделить несколько вариантов ответа).*

1. Энциклопедии
2. Словари
3. Справочники
4. Другое \_\_\_\_\_

### 4. Что Вы, в основном, ищете, используя справочную информацию в Интернете?

*(можете выделить несколько вариантов ответа).*

1. Правильность написания, произношения слов
2. Перевод на другие языки
3. Схемы проезда (навигаторы, карты)
4. Телефоны организаций
5. Биографические данные

6. Адреса организаций
7. Законы
8. Сведения о налогах, штрафах
9. Другое (укажите, что именно) \_\_\_\_\_

**5. Доверяете ли Вы справочной информации в Интернете?**

(отметьте только **один** вариант ответа)

1. Доверяю
2. Скорее доверяю
3. Скорее не доверяю
4. Не доверяю
5. Затрудняюсь ответить

**6. Оцените, насколько Вы удовлетворены той информацией, которую получаете с помощью источников справочной информации в Интернете по пятибалльной шкале 5 – удовлетворен(а) полностью, 4 – удовлетворен(а), 3 – скорее удовлетворен(а), 2 – скорее не удовлетворен(а), 1 – не удовлетворен(а), 0 – затрудняюсь ответить (укажите в поле нужную цифру)** \_\_\_\_\_

**7. Как часто Вы используете Интернет для покупок?**

(отметьте только **один** вариант ответа)

1. Часто (больше трех раз в месяц)
2. Иногда (раз в месяц)
3. Редко (раз в 2-3 месяца)
4. Очень редко (пару раз в год)

**8. Какие покупки Вы совершаете в Интернете?** (можете выделить несколько вариантов ответа)

1. Одежда \ аксессуары \ различная атрибутика
2. Гаджеты, аксессуары для гаджетов
3. Еда с доставкой на дом
4. Игры \ подписки на игры \ микротранзакции в играх
5. Книги
6. Бытовая техника
7. Цветы
8. Косметика, парфюмерия
9. другое \_\_\_\_\_

**9. В каких магазинах Вы совершаете покупки в Интернете?** (можете выделить несколько вариантов ответа)

1. На торговых площадках (eBay, Aliexpress и др.)
2. В магазинах города и области (покупки оплачиваю в Интернете, товар забираю самовывозом)
3. В магазинах города и области с доставкой на дом
4. На игровых площадках (Steam, Origin и др.)
5. другое \_\_\_\_\_

**10. Какие услуги Вы приобретаете через Интернет?** *(можете выделить несколько вариантов ответа)*

1. Недвижимость \ аренда недвижимости
2. Создание и продвижение сайтов
3. Онлайн консультации
4. Авиа и ж\д билеты
5. Заказ билетов на концерты, мероприятия
6. Заказ номеров в гостиницах
7. Оплата услуг ЖКХ
8. Мобильный банк
9. Запись к врачу
10. другое \_\_\_\_\_

**11. Какими электронными устройствами Вы пользуетесь для совершения покупок в Интернете?** *(можете выделить несколько вариантов ответа)*

1. Компьютер
2. Мобильный телефон
3. другое \_\_\_\_\_

**12. Каковы, по Вашему мнению, преимущества покупок через Интернет?** *(можете выделить несколько вариантов ответа)*

1. Можно купить вещи, которые не продаются в ближайших магазинах
2. Богатый ассортимент товаров
3. Можно совершать покупки, не выходя из дома
4. Удобство оплаты
5. Выбор доставки
6. Возможность сравнения цен
7. Отсутствие очередей
8. другое \_\_\_\_\_

**13. Каковы, по Вашему мнению, недостатки покупок через Интернет?** *(можете выделить несколько вариантов ответа)*

1. Нельзя определить, насколько качественна покупаемая вещь
2. Недостаточная безопасность платежей
3. Недостаток информации о товаре
4. Отсутствие гарантии доставки
5. другое \_\_\_\_\_

**14. Насколько часто Вы используете Интернет для досуга?** *(отметьте только один вариант ответа)*

1. Каждый день
2. 2-3 раза в неделю
3. 2-3 раза в месяц
4. Почти не использую Интернет в целях досуга
5. другое \_\_\_\_\_

**15. Какими видами досуга в Интернете Вы пользуетесь?** *(можете выделить несколько вариантов ответа).*

1. Знакомства
  2. Общение с близкими людьми
  3. Просмотр видео \ фильмов \ сериалов
  4. Онлайн-игры
  5. Читаю книги
  6. Слушаю музыку
  7. Читаю новости
  8. Веду блог
  9. Изучаю иностранные языки
  10. другое \_\_\_\_\_
- 

**16. Оцените, насколько Вы удовлетворены использованием Интернета для проведения досуга по пятибалльной шкале 5 – удовлетворен(а) полностью, 4 – удовлетворен(а), 3 – скорее удовлетворен(а), 2 – скорее не удовлетворен(а), 1 – не удовлетворен(а), 0 – затрудняюсь ответить (укажите в поле нужную цифру)** \_\_\_\_\_

---

**17. Укажите, пожалуйста, Ваш пол:**

1. мужской
2. женский

**18. Укажите, пожалуйста, Ваш возраст:**

1. 14-29 лет
2. 29 лет и старше

**19. Укажите, пожалуйста, Ваше образование:**

1. общее (окончил школу)
2. начальное, среднее профессиональное (окончил технический лицей, колледж, техникум)
3. высшее (окончил ВУЗ)

Таблица результатов анкетирования

1. Часто ли Вы используете Интернет для получения справочной информации?	Абсолютные	Абсолютные %	14-28 лет	14-28 лет (%)	29 и старше	29 и старше (%)
1 Часто использую	184	92	89	89	95	95
2 Иногда использую	14	7	10	10	4	4
3 Почти не использую	2	1	1	1	1	1
	200	100	100	100	100	100
2. Насколько часто Вы используете Интернет в целях получения справочной информации?	Абсолютные	Абсолютные %	14-28 лет	14-28 лет (%)	29 и старше	29 и старше (%)
1 Практически каждый день	141	70,5	77	77	64	64
2 Несколько раз в неделю	51	25,5	18	18	33	33
3 Несколько раз в месяц	7	3,5	4	4	3	3
4 Несколько раз в год	1	0,5	1	1	0	0
	200	100	100	100	100	100
3. Какими видами справочной информации в Интернете Вы пользуетесь?	Абсолютные	Абсолютные %	14-28 лет	14-28 лет (%)	29 и старше	29 и старше (%)
1 Энциклопедии	133	33	69	41	64	28
2 Словари	115	29	56	33	59	26
3 Справочники	126	32	34	20	92	40
Другое	24	6	10	6	14	6
	398	100	169	100	229	100
4. Что Вы, в основном, ищете, используя справочную информацию в Интернете?	Абсолютные	Абсолютные %	14-28 лет	14-28 лет (%)	29 и старше	29 и старше (%)
1 Правильность написания, произношения слов	103	13,6	53	13,2	50	13,9
2 Перевод на другие языки	138	18,2	69	17,3	69	19,2
3 Схемы проезда (навигаторы, карты)	131	17,2	66	16,5	65	18,1
4 Телефоны организаций	82	10,8	42	10,6	40	11,2
5 Биографические данные	84	11,2	48	12,1	36	10
6 Адреса организаций	101	13,3	58	14,5	43	12
7 Законы	60	7,9	28	7	32	8,9
8 Сведения о налогах, штрафах	46	6,1	28	7	18	5
Другое	13	1,7	7	1,8	6	1,7
	758	100	399	100	359	100
5. Доверяете ли Вы справочной информации в Интернете?	Абсолютные	Абсолютные %	14-28 лет	14-28 лет (%)	29 и старше	29 и старше (%)
1 Доверяю	49	24,5	21	21	28	28
2 Скорее доверяю	140	70	70	70	70	70
3 Скорее не доверяю	2	1	2	2	0	0
4 Не доверяю	0	0	0	0	0	0
5 Затрудняюсь ответить	9	4,5	7	7	2	2
	200	100	100	100	100	100
6. Оцените, насколько Вы удовлетворены той информацией, которую получаете с помощью источников справочной информации в	Абсолютные	Абсолютные %	14-28 лет	14-28 лет (%)	29 и старше	29 и старше (%)

Интернете по пятибалльной шкале						
1	1	0,5	1	1	0	0
2	1	0,5	0	0	1	1
3	29	14,5	13	13	16	16
4	111	55,5	58	58	53	53
5	58	29	28	28	30	30
Среднее/ Итого	4,1 / 200	100	100	65	100	100
7. Как часто вы используете Интернет для покупок?	Абсолютные	Абсолютные %	14-28 лет	14-28 лет (%)	29 и старше	29 и старше (%)
1 Часто (больше трех раз в месяц)	58	28,2	32	30,5	26	25,7
2 Иногда (раз в месяц)	60	29,1	31	29,5	29	28,7
3 Редко (раз в 2-3 месяца)	47	22,8	19	18,1	28	27,8
4 Очень редко (пару раз в год)	35	17	18	17,1	17	16,8
Другое	6	2,9	5	4,8	1	1
	206	100	105	100	101	100
8. Какие покупки Вы совершаете в Интернете?	Абсолютные	Абсолютные %	14-28 лет	14-28 лет (%)	29 и старше	29 и старше (%)
1 Одежда \ аксессуары \ различная атрибутика	128	25,7	68	26,6	60	24,7
2 Гаджеты, аксессуары для гаджетов	90	18	52	20,3	38	15,6
3 Еда с доставкой на дом	99	19,8	43	16,8	56	23,0
4 Игры \ подписки на игры \ микротранзакции в играх	48	9,6	26	10,2	22	9,1
5 Книги	38	7,6	21	8,2	17	7,0
6 Бытовая техника	30	6	13	5,1	17	7,0
7 Цветы	12	2,4	5	2,0	7	2,9
8 Косметика, парфюмерия	40	8,1	21	8,2	19	7,8
Другое	14	2,8	7	2,7	7	2,9
	499	100	256	100	243	100
9. В каких магазинах Вы совершаете покупки в Интернете?	Абсолютные	Абсолютные %	14-28 лет	14-28 лет (%)	29 и старше	29 и старше (%)
1 На торговых площадках (eBay, Aliexpress и др.)	138	40	73	42,0	65	38,0
2 В магазинах города и области (покупки оплачиваю в Интернете, товар забираю самовывозом)	102	29,6	50	28,7	52	30,4
3 В магазинах города и области с доставкой на дом	58	16,8	21	12,1	37	21,6
4 На игровых площадках (Steam, Origin и др.)	40	11,6	28	16,1	12	7,0
Другое	7	2,0	2	1,1	5	2,9
	345	100	174	100	171	100
10. Какие услуги Вы приобретаете через Интернет?	Абсолютные	Абсолютные %	14-28 лет	14-28 лет (%)	29 и старше	29 и старше (%)
1 Недвижимость \ аренда недвижимости	23	3,9	9	3,0	14	4,8
2 Создание и продвижение сайтов	15	2,5	9	3,0	6	2,0
3 Онлайн консультации	26	4,4	14	4,7	12	4,1
4 Авиа и жд билеты	84	14,2	40	13,4	44	15,0
5 Заказ билетов на концерты, мероприятия	77	13,0	43	14,4	34	11,6
6 Заказ номеров в гостиницах	38	6,4	17	5,7	21	7,1
7 Оплата услуг ЖКХ	92	15,5	41	13,7	51	17,3
8 Мобильный банк	128	21,6	68	22,7	60	20,4
9 Запись к врачу	100	16,9	51	17,1	49	16,7

Другое	10	1,7	7	2,3	3	1,0
	593	100	299	100	294	100
11. Какими электронными устройствами Вы пользуетесь для совершения покупок в Интернете?	Абсолютные	Абсолютные %	14-28 лет	14-28 лет (%)	29 и старше	29 и старше (%)
1 Компьютер	170	57,0	84	52,8	86	61,9
2 Мобильный телефон	116	38,9	68	42,8	48	34,5
Другое	12	4,0	7	4,4	5	3,6
	298	100	159	100,0	139	100
12. Каковы, по Вашему мнению, преимущества покупок через Интернет?	Абсолютные	Абсолютные %	14-28 лет	14-28 лет (%)	29 и старше	29 и старше (%)
1 Можно купить вещи, которые не продаются в ближайших магазинах	142	18,6	80	18,4	62	18,8
2 Богатый ассортимент товаров	118	15,5	67	15,4	51	15,5
3 Можно совершать покупки не выходя из дома	115	15,1	63	14,5	52	15,8
4 Удобство оплаты	93	12,2	52	12,0	41	12,5
5 Выбор доставки	58	7,6	33	7,6	25	7,6
6 Возможность сравнения цен	125	16,4	72	16,6	53	16,1
7 Отсутствие очередей	101	13,2	62	14,3	39	11,9
Другое	11	1,4	5	1,2	6	1,8
	763	100	434	100	329	100
13. Каковы, по Вашему мнению, недостатки покупок через Интернет?	Абсолютные	Абсолютные %	14-28 лет	14-28 лет (%)	29 и старше	29 и старше (%)
1 Нельзя определить, насколько качественна покупаемая вещь	177	45,4	92	46,7	85	44,0
2 Недостаточная безопасность платежей	69	17,7	30	15,2	39	20,2
3 Недостаток информации о товаре	62	15,9	32	16,2	30	15,5
4 Отсутствие гарантии доставки	74	19,0	38	19,3	36	18,7
Другое	8	2,1	5	2,5	3	1,6
	390	100	197	100	193	100
14. Насколько часто Вы используете Интернет для досуга?	Абсолютные	Абсолютные %	14-28 лет	14-28 лет (%)	29 и старше	29 и старше (%)
1. Каждый день	174	87	89	89	85	85
2. 2-3 раза в неделю	21	10,5	8	8	13	13
3. 2-3 раза в месяц	3	1,5	2	2	1	1
4. Почти не использую Интернет в целях досуга	2	1	1	1	1	1
	200	100	100	100	100	100
15. Какими видами досуга в Интернете Вы пользуетесь?	Абсолютные	Абсолютные %	14-28 лет	14-28 лет (%)	29 и старше	29 и старше (%)
1 Знакомства	30	3,6	21	4,8	9	2,3
2 Общение с близкими людьми	154	18,7	75	17,0	79	20,5
3 Просмотр видео \ фильмов \ сериалов	156	18,9	80	18,2	76	19,7
4 Онлайн-игры	78	9,5	49	11,1	29	7,5
5 Читаю книги	59	7,2	33	7,5	26	6,8
6 Слушаю музыку	152	18,4	81	18,4	71	18,4
7 Читаю новости	134	16,2	68	15,5	66	17,1
8 Веду блог	14	1,7	6	1,4	8	2,1
9 Изучаю иностранные языки	43	5,2	26	5,9	17	4,4
Другое	5	0,6	1	0,2	4	1,0
	825	100	440	100	385	100

16. Оцените, насколько Вы удовлетворены использованием Интернета для проведения досуга по пятибалльной шкале	Абсолютные	Абсолютные %	14-28 лет	14-28 лет (%)	29 и старше	29 и старше (%)
1	2	1	1	1	1	1
2	1	0,5	0	0	1	1
3	17	8,5	8	8	9	9
4	64	32	27	27	37	37
5	116	58	64	64	52	52
Среднее/ Итого	4,5 / 200	100 /	4,5 / 100	100	100	100
17. Укажите, пожалуйста, Ваш пол	Абсолютные	Абсолютные %	14-28 лет	14-28 лет (%)	29 и старше	29 и старше (%)
1 Мужской	100	50	50	50	50	50
2 Женский	100	50	50	50	50	50
	200	100	100	100	100	100
18. Укажите, пожалуйста, Ваш возраст	Абсолютные	Абсолютные %	14-28 лет	14-28 лет (%)	29 и старше	29 и старше (%)
1. 14-28	100	50	100	100	0	0
2. 29 и старше	100	50	0	0	100	100
	200	100	100	100	100	100
19. Укажите, пожалуйста, Ваше образование:	Абсолютные	Абсолютные %	14-28 лет	14-28 лет (%)	29 и старше	29 и старше (%)
1 Учусь в школе	12	6	12	12	0	0
2 Общее (окончил школу)	17	8,5	15	15	2	2
3 Начальное, среднее профессиональное (окончил технический лицей, колледж, техникум)	37	18,5	15	15	22	22
4 Высшее \ неоконченное высшее.	134	67	58	58	76	76
	200	100	100	100	100	100