

Большая разница

Типы пользователей и их деятельность в интернете



Автор:

Галина Солдатова,
член-корреспондент РАО,
доктор психологических наук,
профессор

Елена Рассказова,
кандидат психологических наук

Екатерина Зотова

❖ Мы продолжаем публикацию результатов исследования цифровой компетентности российских подростков и их родителей. Исследование проводилось в 2012–2013 годах Фондом Развития Интернет и факультетом психологии МГУ при поддержке компании Google. То, как подростки и их родители пользуются интернетом, в значительной степени зависит от того, зачем он им нужен, каковы их приоритеты в виртуальном пространстве. Среди школьников исследователи выделили пять основных типов пользователей: «ориентированные на обучение», «коммуникаторы», «сетевые читатели», «игроки» и «универсалы».

Дети и родители: найдите отличия

Для представителей типа, который был условно назван «ориентированные на обучение» (29%), характерно использование интернета в образовательных целях, а также для поиска различной интересной информации. В этом типе одинаково представлены все возрастные категории; в категории пола отмечен незначительный перевес девушек (53%) над юношами. Подростки, принадлежащие к данному пользовательскому типу, проводят в интернете меньше времени, чем остальные их сверстники. В будни 57% из них заходят в интернет не больше, чем на 1–3 часа, а в выходные дни более 50% остаются в пределах тех же 1–3 интернет-часов. Они характеризуются высокой избирательностью как в поиске контента, так и в интернет-общении. По сравнению с другими типами пользователей, они значительно чаще выходят в интернет с помощью семейного компьютера (41%) и значительно реже через мобильный телефон (25%).

Второй тип интернет-пользователей — «коммуникаторы» (25%) — используют интернет для поиска интересной информации и общения всеми возможными способами. Данный тип приблизительно одинаково распространен среди подростков всех возрастов; количество девушек незначительно преобладает (52%). Для выхода в интернет «коммуникаторы» используют в основном свой компьютер, компьютер семьи, а также сотовые телефоны. По сравнению с другими типами, здесь чаще оценивают свою роль в интернете как роль «собеседника». Для данного типа характерна синхронная коммуникация, когда собеседники могут обмениваться сообщениями в режиме реального времени.

Третий тип получил условное название «сетевые читатели» (22% опрошенных). Пользователи данного типа обращаются к интернету прежде всего для поиска разнообразной интересной информации (фото, видео, музыки и но-

востей), а также для чтения новостных лент в социальных сетях. В данном типе преобладают более старшие подростки, больше всего его представителей среди 16–17-летних, причем для девушек данный тип предпочтений более характерен, чем для юношей (соответственно 56% и 44%). Выходить в интернет они предпочитают со своего компьютера или сотового телефона. В социальные сети «читатели» заходят не столько для того, чтобы что-то сообщить своим собеседникам, сколько чтобы узнать о статусах друзей и знакомых.

Пользователи четвертого типа — «игроки» (17%) — используют интернет в основном для игры в онлайн- и мобильные игры. Каждый третий в этой категории умеет пользоваться IP-телефонией и мессенджерами, практически все зарегистрированы в социальных сетях, однако основным видом деятельности в интернете для них является игра. Другие виды интернет-деятельности — скачивание информации, поиск друзей и общение в рамках виртуальных пространств — имеют для них второстепенное, по сравнению с игрой, значение. В основном представители данного типа — это подростки 12–14 лет, большинство составляют мальчики (66%). Наряду с собственным компьютером они используют для выхода в интернет компьютеры в общественных местах (7%), мобильный телефон (31%), планшет (11%) или смартфон (11%). По сравнению с

С целью исследования цифровой компетентности российских подростков и родителей были опрошены 1203 подростка 12–17 лет и 1209 родителей детей этого возраста из 58 городов с населением от 100 тысяч человек и более всех 8 федеральных округов России. Опрос проводился Аналитическим центром Юрия Левады по специально разработанной методике Фонда Развития Интернет.

другими типами пользователей, именно в этой категории респондентов больше всего тех, кто испытывает при пользовании интернетом чувства радости (56%), удовольствия (46%) и восхищения (27%).

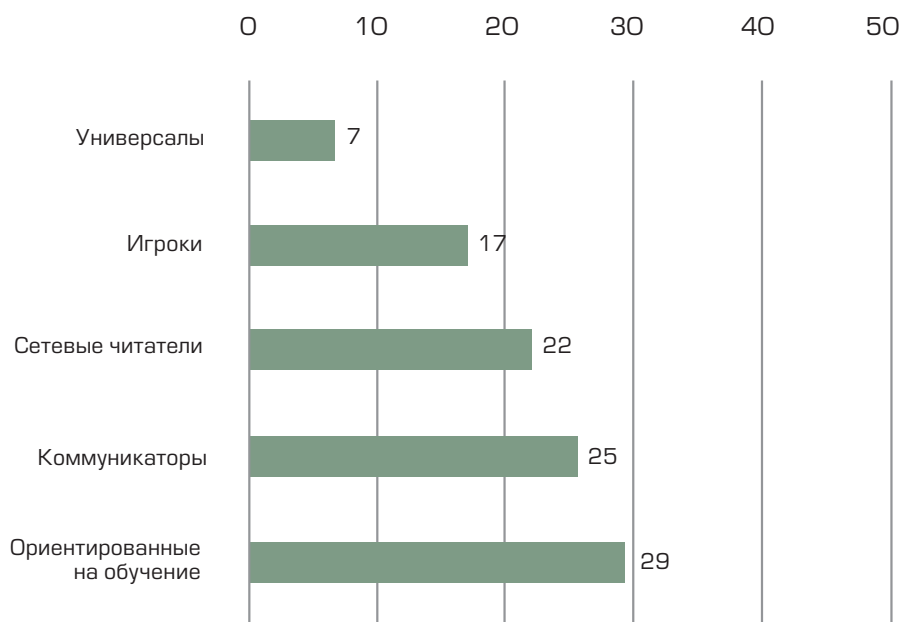
Наконец, пятый тип — «универсалы» (6%) — активно пользуются практически всеми возможностями интернета, включая чтение новостных лент, бесплатное скачивание различного контента, присутствие в социальных сетях и общение в виртуальных мирах. В основном это молодежь в возрасте 15–17 лет; юноши и девушки представлены почти в равных пропорциях (соответственно 51% и 49%). В интернете «универсалы» проводят большую часть своего времени: доля тех, кто посвящает интернету от 3 до 12 часов в будние дни, составляет 43%, а в выходные дни это число возрастает до 66%. Подавляющее большинство представителей данного типа выходят в интернет со своего собственного ноутбука (75%), ни один из них не пользуется общественными компьютерами (в

интернет-кафе, школе или библиотеке). Хотя большинство из них научилось пользоваться интернетом самостоятельно (84%), для данной категории характерно наибольшее разнообразие источников информации об интернете (через школу, друзей, специальные обучающие программы). По сравнению с другими типами, здесь чаще оценивают свою роль в интернете как роль «творца» или «тролля».

Среди подростков у каждого из выделенных нами типов пользователей есть свои предпочтения в отношении средств интернет-общения, а также обучения использованию возможностей интернета.

Так, электронной почтой реже других пользуются «игроки» (более 15% из них вообще не пользуются почтовыми службами), предпочитая IP-телефонию. Социальные сети лучше всего освоены «универсалами», а меньше всего ими пользуются «ориентированные на обучение». Чаты и форумы больше всего используют «универсалы», «игроки» и «коммуникаторы», тогда как меньше

Типы интернет-пользователей среди подростков, %



всего ими пользуются «сетевые читатели».

Более всего заинтересованы в повышении собственной цифровой компетентности представители типа «универсалов». Однако наибольший интерес к прохождению программ обучения в интернете и в школе проявляют «ориентированные на обучение», а также «сетевые читатели».

У родителей было выделено большее количество типов пользования интернетом, чем у подростков. Возможно, это многообразие предпочитаемых видов деятельности в интернете объясняется наличием у взрослых людей более зрелой системы мотивов и ценностей, сложившимися интересами и стилем жизни, на формирование которых влиял более широкий жизненный опыт.

Мы выделили среди родителей семь типов пользователей: «прагматики»,

«искатели друзей», «коммуникаторы», «сетевые читатели», «игроки», «потребители» и «блогеры».

К первому типу — «прагматики» (30% опрошенных) — были отнесены те, для кого интернет — источник интересной информации или материалов, необходимых для работы или учебы. Профиль взрослых пользователей этого типа приблизительно соответствует типу «ориентированные на обучение» у детей. В основном, это женщины (63%), большинство в данной группе составляют люди в возрасте 35–48 лет. Для них характерен довольно высокий образовательный уровень (65% имеют законченное высшее образование), 32% из них отнесли себя к гуманитарной интеллигенции (работники сферы образования, здравоохранения, творческих профессий). Характерно, что интенсивность пользования интернетом в

Программы повышения цифровой компетентности должны опираться на специфическую мотивацию каждого типа, гибко настраиваться на ведущие виды деятельности пользователей.

Типы пользования интернетом среди подростков и предпочитаемые способы повышения уровня цифровой компетентности, %					
Предпочитаемые способы повышения уровня цифровой компетентности	Ориентированные на обучение	Коммуникаторы	Сетевые читатели	Игроки	Универсалы
Специальная обучающая программа в интернете	28	17	27	21	17
Специальная обучающая программа в школе или в специальном центре	24	22	20	16	18
Помощь друзей	13	16	9	18	13
Самостоятельно	19	20	18	15	25

данной категории в выходные остается такой же, как и в будние дни: 69% отводит ему не более 3 часов в день.

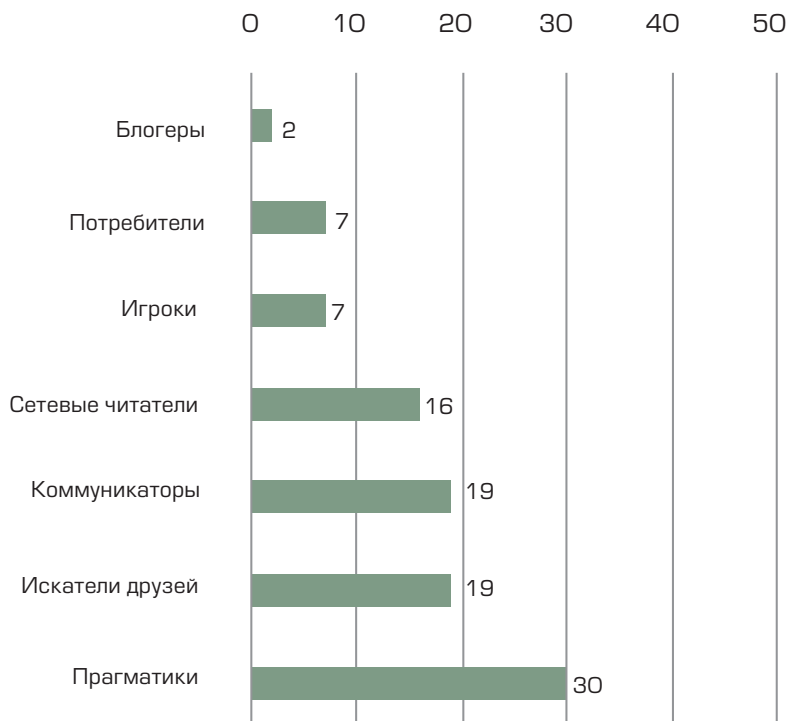
Во второй тип — «искатели друзей» (19%) — вошли пользователи, которые стремятся обрести в социальных сетях новых знакомых. В данной группе практически равное соотношение мужчин и женщин (соответственно 49% и 51%); большинство из них — люди в возрасте 29–50 лет. Высшее образование среди них имеют не более 43%, каждый третий отнес себя к рабочим. Пользование интернетом здесь носит нерегулярный характер, так как основная деятельность с ним не связана: 46% заходят в интернет не чаще 1–2 раз в неделю, при этом каждый третий проводит там меньше часа.

К третьему типу — «коммуникаторы» (19%) — относятся те, кто использует интернет прежде всего для общения по

рабочим и личным вопросам. В основном это женщины (61%), большинство в данной группе составляют люди в возрасте 32–50 лет, 50% среди них — с высшим образованием. По профессиональному составу в основном это рабочие (22%), инженерно-технические работники (18%), гуманитарная интеллигенция (18%), госслужащие (12%) и домохозяйки (11%). Среди них 70% выходят в интернет каждый день, причем используют для этого собственный компьютер (52%), семейный компьютер (54%), компьютер на работе (17%), телефон или смартфон (20%).

Представители четвертого типа — «сетевые читатели» (16%) — основное внимание уделяют поиску интересной информации и чтению новостных лент (в том числе в социальных сетях). Чаще это мужчины (57%); большинство в данной группе составляют люди в воз-

Типы интернет-пользователей среди взрослых, %



расте 31–46 лет, 45% имеют высшее образование. По профессиональному составу это рабочие (28%), инженерно–технические работники ИТР (22%), гуманитарная интеллигенция (12%) и служащие (11%). Среди них 65% выходят в интернет каждый день, используя для этого собственный компьютер (57%), семейный компьютер (49%), компьютер на работе (26%), телефон или смартфон (14%), а также планшетник (10%).

К пятому типу — «игроки» (7%) — отнесены те респонденты, которые используют интернет прежде всего для онлайн– и мобильных игр. В данной группе оказалось больше женщин, чем мужчин (соответственно 56% и 44%). Возрастной состав этой группы родителей колеблется в пределах 32–47 лет; 67% не имеют высшего образования, в основном это выпускники профессиональных училищ и техникумов. Большинство относит себя к рабочим (33%), государственным и муниципальным служащим (11%) и ИТР (11%). Лишь 6% интернет–пользователей этой группы используют для выхода в интернет компьютер на работе, в основном они пользуются собственными (51%) или семейными (45%) компьютерами, более половины из них проводят в интернете не менее 1–3 часов в день.

Шестой тип — «потребители» (7%) — используют интернет для поиска информации о новинках в интернет–магазинах и выгодных продажах, через интернет они заказывают и покупают различные товары. Это по большей части женщины (68%); к данной группе относятся люди в возрасте 36–42 лет, из них 61% имеет высшее образование. Профессиональный состав группы разнороден: ИТР, рабочие, госслужащие, работники МВД, домохозяйки и т. д. В этой категории 70% пользуются интернетом не больше 1–3 часов в день, зато в выходные каждый третий из них проводит в интернете по 3–5 часов. Для выхода в интернет представители данной категории чаще,

чем другие, используют собственные ноутбуки (68%), компьютеры на работе (28%), сотовые телефоны и коммуникаторы (31%), планшетные устройства (10%).

Наконец, седьмой тип получил название «блогеры» (2%), поскольку его представители не только пользуются всеми возможностями интернета, но и вступают в споры, активно создают и размещают в интернете свой контент (ведут блог, выкладывают видео, фото, аудио и т. п.). В основном это мужчины (73%); большинство составляют две возрастные группы: 35–36 лет и 42 года. Среди опрошенных не оказалось ни одного представителя данной группы в возрасте старше 50 лет. Абсолютное большинство среди них имеет законченное высшее образование (72%) и ученые степени (5%). Более 50% «блогеров» — инженерно–технические работники, а 15% — предприниматели. Жизнь большинства из них так или иначе связана с интернетом: 95% респондентов этой группы выходят в него каждый день, а в выходные 75% проводят в нем не менее 3–5 часов. Около 70% «блогеров» выходят в интернет со своих собственных компьютеров. Каждый третий из них использует планшет (iPad и т. п.).

Сравнение интернет–пользователей среди подростков и взрослых показывает наличие схожих типов, обладающих общими чертами. Это «игроки», «коммуникаторы» и «сетевые читатели». Сопоставимы друг с другом «ориентированные на обучение» и «прагматики», а также «универсалы» и «блогеры». Наличие таких близких друг к другу типов в разных поколениях свидетельствует о том, что существуют устойчивые потребности и мотивы пользования интернетом, мало меняющиеся на протяжении жизни. Их поддерживают и подпитывают разные виды человеческой деятельности: игра, общение, творчество, обучение и труд. Можно предположить, что некоторые профили «потребителей интернета»,

сформировавшиеся в подростковом возрасте и юности, тесно связаны с ценностно-смысловой сферой личности и могут сохраняться в последующей взрослой жизни.

Среди взрослых есть и такие типы пользователей, которые практиче-

ник» (помогает другим разобраться в чем-либо, освоить возможности сети), «посредник» (связывает людей друг с другом), «наблюдатель» (интересуется мнением других, не высказывая своих суждений), «собеседник» (общается с другими людьми), «актер» (примеряет

Дети — более активные цифровые граждане, чем их родители: овладение интернетом у подростков сопряжено с социализацией, формированием и отстаиванием своей индивидуальности.

ски не представлены в подростковой выборке. Ими оказались «искатели друзей» (19%) и «потребители» (7%). По-видимому, эти группы специфичны для взрослой аудитории в связи с более активными причинами: подростки, как правило, не имеют личных средств для того, чтобы регулярно делать покупки через интернет, и еще не вступили в тот возраст, когда они смогут свободно искать партнера для совместной жизни или отдыха.

Социальные роли в интернете

При разработке индекса цифровой компетентности мы исходили из предположения о том, что овладение компетенциями в совместной деятельности и общении происходит более интенсивно, чем при индивидуальном использовании интернета. Кроме того, мы предполагали, что выбор активных социальных ролей, подразумевающих личное воздействие на интернет-среду, способствует овладению цифровой компетентностью в большей степени, чем пассивная социальная позиция в интернете. Респондентам задавался вопрос о том, какие из ролей они предпочитают в интернете: «творец» (создает новое, расширяет возможности для себя и других), «защитник» (отстаивает свои взгляды на мир, защищает себя и других), «тролль» (критикует или нападает на тех, кто не нравится), «настав-

разные роли], «манипулятор» (управляет другими людьми), «друг» (поддерживает дружеские отношения).

Как показывает наше исследование, подростки выбирают социально активные роли в интернете значительно чаще, чем взрослые. Так, активные просоциальные роли («творец», «актер», «защитник», «наставник», «посредник») подростки выбирают в два раза чаще взрослых. Соотношение активных и пассивных ролей у подростков — 43% и 57%, тогда как у взрослых — 21% и 79%. Таким образом, дети — более активные цифровые граждане, чем их родители. По-видимому, это связано с тем, что овладение интернетом у подростков сопряжено с социализацией, формированием и отстаиванием своей индивидуальности. Интернет для подростков не просто средство общения — цифровая среда оказывается сегодня для них одной из главных возможностей самовыражения. Неудивительно, что, по сравнению с взрослыми, подростки чаще осознают себя в интернете как «творцы», «актеры», «защитники» и «друзья».

Подростки, выбирающие активные роли, чаще испытывают более широкий спектр эмоций, связанных с интернет-деятельностью: восхищение, удивление, стыд, гнев и презрение, реже — интерес и удовольствие. Они вдвое чаще, чем их «пассивные» сверстники, чувствуют

себя в интернете более уважаемыми, уверенными, успешными и общительными. Также они вдвое чаще, чем остальные подростки, пользуются для общения чатами, форумами, мессенджерами и IP-телефонией.

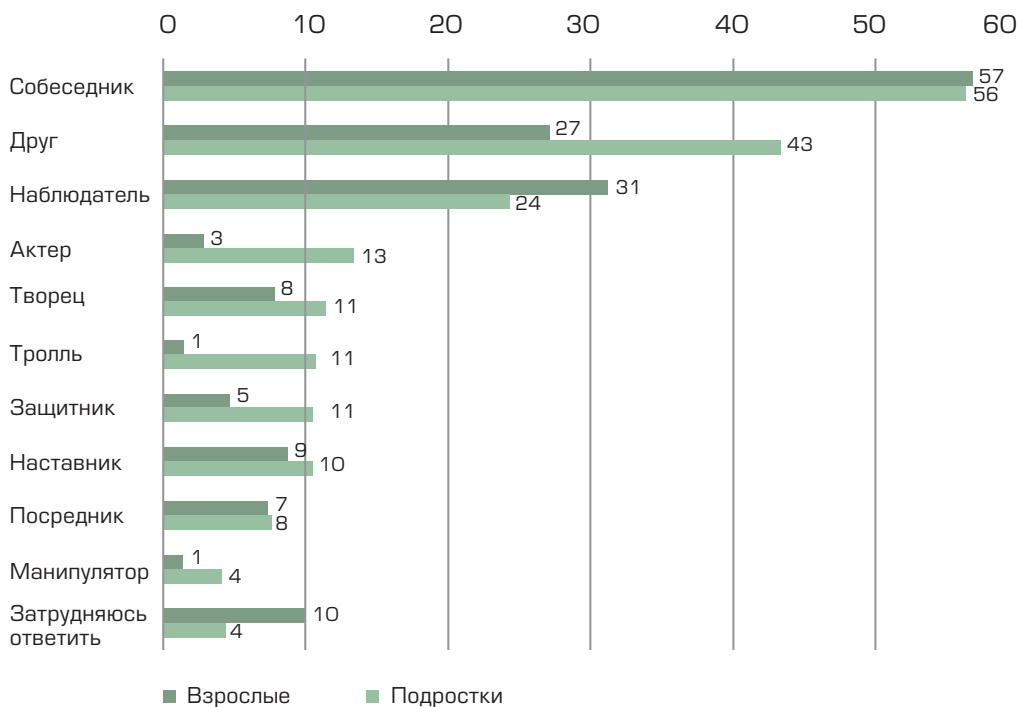
Родители, выбирающие активные роли в интернете, действительно проявляют большую пользовательскую активность. Они вдвое чаще делают покупки в интернете, чем «пассивные» родители (соответственно 20% и 12%), чаще умеют пользоваться облачными технологиями (15% и 7%) и взаимодействовать с участниками интернет-сообществ (13% и 7%).

Активная позиция позволяет подросткам осваивать возможности интернета в большем объеме. Например, сравнение индексов цифровой компетентности показывает, что «активные»

граждане интернета превосходят «пассивных» в знаниях, навыках и умении защищаться от интернет-угроз. Таким образом, находит свое подтверждение наша гипотеза о том, что выбор активных социальных ролей ускоряет овладение цифровой компетентностью.

Интернет-пользователи, выбирающие роли «творцов», «актеров», «защитников», «наставников» и «посредников», по сравнению с менее активными сверстниками, значительно более осведомлены о возможностях интернета в таких областях, как установление своих настроек обновления программного обеспечения, предоставление информации о себе в интернете и способы ограничения доступа к ней, создание и размещение собственного контента в интернете, возможности социальных сетей, использование

**Социальные роли в интернете:
предпочтения подростков и взрослых, %**



Активность предпочитаемых социальных ролей и мотивация подростков к повышению своей цифровой компетентности, %			
Области, в которых подростки хотели бы улучшить свои знания и научиться их эффективно использовать	Предпочитаемые социальные роли в интернете:		Всего
	активные	пассивные	
Возможности установления своих на- строек обновления программного обе- спечения	30	22	26
Возможности для создания и размеще- ния собственного контента в интернете (текста, фото, видео, музыки)	26	17	21
Возможности интернета для соверше- ния покупок, использования платежных систем и интернет-банкинга	24	17	20

электронных государственных услуг и покупки через интернет.

Выбор и реализация активных социальных ролей в интернете ставит пользователей перед необходимостью решать более сложные коммуникативные и технические задачи, что побуждает подростков повышать собственную цифровую компетентность. «Активные» пользователи («творцы», «актеры», «защитники», «посредники» и «наставники») более заинтересованы в своем развитии, чем те, кто выбирает «пассивные» роли («наблюдатели», «собеседники», «друзья»).

Среди тех родителей, которые предпочитают активные социальные роли в интернете, наибольшее число респондентов считают, что они способны помочь своему ребенку в вопросах использования интернета. Если среди «пассивных» пользователей эта цифра не превышает 22%, то среди родителей, выбирающих роль «творцов», «актеров», «защитников», «наставников» и «посредников», уверены в своей способности поддерживать ребенка в интернет-среде 46%.

В семьях, где родители занимают активную позицию, значительно чаще обсуждают с детьми то, что они делают в интернете. Такие обсуждения происходят в 61% семей «социально активных» пользователей, тогда как среди родителей, выбирающих в интернете роль «наблюдателей», «собеседников» и «друзей», признали наличие таких бесед лишь 48%. Выбор активной социальной роли при пользовании интернетом делает подростков и их родителей неравнодушными к проблемам друг друга, более ответственными за безопасность интернета, подталкивает к выработке правил и норм цифрового гражданства и готовит к поиску способов решения будущих, пока не известных проблем.

Типы пользователей и цифровая компетентность

Деятельность в интернете тесно связана с уровнем цифровой компетентности: значимые различия между типами выявлены по всем компонентам компетентности, кроме уровня мотивации.

Наиболее высокими показатели цифровой компетентности оказались у «универсалов», «игроков» и «коммуникаторов», тогда как самые низкие — у «ориентированных на обучение». По-видимому, это свидетельствует о том, что в условиях, когда освоение интернета происходит практически без участия школы, наибольшее значение для развития цифровой компетентности приобретает коммуникативная или игровая активность, а не собственно поисковая или образовательная.

Как и у подростков, тип пользования интернетом у взрослых тесно связан с уровнем цифровой компетентности: значимые различия между типами выявлены по таким компонентам компетентности, как знания, умения и ответственность.

Наиболее высокими показатели цифровой компетентности оказались у «блогеров», «потребителей» и «игроков», тогда как самые низкие они у «искателей друзей». При этом уровень образования у «искателей друзей» в среднем выше, чем у «игроков». Иными словами, на цифровую компетентность влияет не столько общий уровень образования, сколько интересы и активность пользователей. Те группы, у которых ведущими видами деятельности в интернете являются общение и поиск информации, менее активно осваивают его возможности, чем те, для кого интернет стал сферой творчества, покупок или развлечений.

Анализ типов пользования интернетом и предпочитаемых социальных ролей позволяет сделать следующие выводы:

■ Подростки и взрослые крайне разнородны по типам пользования и предпочтениям в отношении дальнейшего освоения интернета.

■ Программы повышения цифровой компетентности должны опираться на специфическую мотивацию каждого типа, гибко настраиваться на ведущие виды деятельности пользователей. Освоение новых умений и навыков

пользования интернетом может быть увязано с поисковыми задачами, расширением и углублением дружеских виртуальных контактов, новыми онлайн-играми.

■ В условиях, когда освоение интернета происходит практически без участия школы, наибольшее значение для развития цифровой компетентности приобретает коммуникативная или игровая активность, а не собственно образовательная. Российские пользователи с большей готовностью включатся в программу повышения цифровой компетентности, предлагающую им общение, совместный поиск и развивающие игры, чем в программу, похожую на электронный учебник.

■ Существует прямая связь между выбором родителями и подростками активной просоциальной роли в интернете и скоростью повышения их цифровой компетентности. Необходимо стимулировать участников программ повышения цифровой компетентности к выбору роли «творцов», «защитников», «посредников» и «наставников» по отношению друг к другу. В таких случаях освоение навыков пользования интернетом получает адресность, мотивирующий социальный контекст и совмещается с развитием эмоционального интеллекта, столь важного при взаимодействии в сети. Тех, кто уже сегодня выбрал для себя активные роли, можно вовлекать в развитие цифрового гражданства и цифровых компетенций в качестве «ядра» сообщества: экспертов, «евангелистов» цифровой компетентности, как принято называть в сфере IT-технологий.

Исследование выполнено при финансовой поддержке РГНФ в рамках научно-исследовательского проекта проведения научных исследований «Цифровое поколение России: пользовательская интернет-активность и формирование личности», проект № 12-06-00904