

ТРАНСФОРМАЦИЯ СОЦИАЛЬНО-ТРУДОВЫХ ОТНОШЕНИЙ В УСЛОВИЯХ РАЗВИТИЯ КОМПЬЮТЕРНО-СЕТЕВЫХ КОММУНИКАЦИЙ

Я.М. Кулешов – магистрант 2 года обучения по направлению подготовки «Социология»

Научный руководитель: **И.А. Слетков**, к.с.н., доцент

Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина

Аннотация: в статье рассматриваются вопросы изменения социально-трудовых отношений в современных условиях.

Последняя четверть XX века принесла человечеству серьезные социальные проблемы, связанные с созданием на основе современных технологий компьютерной техники. Эта область за последние годы так интенсивно развивалась и оказала столь существенное влияние на социум, что возникла настоятельная необходимость в мировоззренческом осмыслении этих процессов. В связи с развитием компьютерной техники и программного обеспечения к концу XX в. сформировалась, так называемая, виртуальная реальность, влияние которой на процессы, происходящие в обществе, растут лавинообразно и касаются практически всех областей общественной жизни.

Данные материалы лишь поверхностно затронут вопросы развития компьютерно-сетевых коммуникаций без рассмотрения специфики трансформации социально-трудовых отношений, которые, безусловно, присутствуют в информационной среде.

Так, например, по данным нашего онлайн-опроса (анкета была построена на базе облачных технологий компании Google, в частности использовался ресурс GoogleForms) большая часть респондентов используют сеть Интернет с целью *поиска новой информации* (80,7%). Также значительная часть выходят в сеть *ради общения в социальных сетях* (74,9%), а также *из-за своих увлечений, хобби, музыки* (53,2%)¹ (см. рисунок 1).

¹ Сумма превышает 100%, поскольку респондент мог указать несколько вариантов ответа

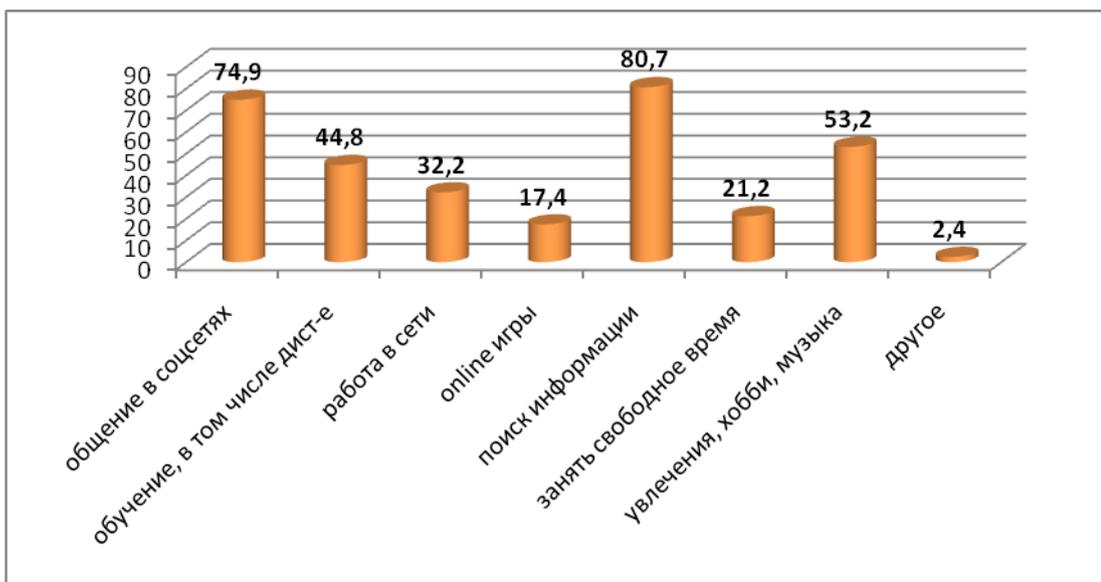


Рисунок 1. Цель использования сети Интернет (в % ко всем ответившим)

Что же касается социального статуса, который также определенным образом влияет на причины использования сети Интернет, то в данном аспекте отметим, что:

✓ *Интернет ради социальных сетей* более актуален для домохозяек, школьников, студентов и учащихся колледжей (в среднем, около 85% опрошенных в данных стратах);

✓ *Интернет как образовательную среду, в том числе и дистанционную*, используют предприниматели (80%), аспиранты, магистранты, докторанты (65,0%), а также представители научной, гуманитарной интеллигенции(учителя, преподаватели) (64,7%);

✓ *Работой в сети* в большей степени занимаются предприниматели (60,0%), представители научной, гуманитарной интеллигенции (учителя, преподаватели) (53,3%), а также инженерно-технические работники (52,6%);

✓ *Онлайн-игры* актуальны в большинстве своем госслужащим (38,5%), что является несколько парадоксальной тенденцией;

✓ *Поиском новой информации* посредством Интернет заняты 100% фрилансеров;

✓ *Интернет с целью занять свободное время, познакомиться с новыми людьми* используют чаще школьники (32,7%);

✓ *Интернет ради увлечений, хобби музыки* свойственен больше аспирантам, магистрантам, докторантам (75% опрошенных в данной группе).

Сегодня сеть Интернет предлагает огромные возможности использования своих ресурсов. По нашим данным более 80% респондентов в России используют *социальные сети* (ВКонтакте, Одноклассники, Фейсбук и др.), более $\frac{3}{4}$ всех опрошенных (78,3%) используют различные ресурсы *Интернет для поиска необходимой информации*, а $\frac{2}{3}$ пользователей Интернет (66,0%) периодически пользуются *электронной почтой*.

Отталкиваясь от некоторых социально-демографических характеристик, отметим:

✓ Электронная почта чаще используется людьми 46-55 лет и жителями мегаполисов;

✓ Месенджеры: для Android, Windows или Аська(icq) более популярны мужчинами, людьми 25-35 лет, фрилансерами и жителями мегаполисов;

✓ Ресурсы Skype (и аналоги, например, Вибер (viber), Рейдколл (raidcall)) – популярны старше 55 лет, предпринимателями и людьми, проживающими в мегаполисах;

✓ Блоги (ЖЖ (livejournal), Блогспот (blogspot) и др.) популярны мужчинами, респондентами старше среднего возраста (46-55 лет), безработными;

✓ Возможности Вики-вики (например, Wikipedia) больше ценят мужчины, люди 46-55 лет, жители мегаполисов, предприниматели;

✓ Онлайн передачи (радио, телевидение) предпочитают мужчины, люди пожилого возраста (старше 55 лет), жители крупных городов и мегаполисов с численностью более 1 млн. людей, пенсионеры;

✓ Социальным сетям отдает предпочтение в большей степени женская часть респондентов, молодежь до 16 лет и возрастная группа 17-19 лет, жители малых городов с численностью менее 100 тыс. человек, а также фрилансеры.

Сегодня люди все больше времени проводят перед компьютером за счет сокращения живого общения с другими людьми. Вместе с тем, по нашим данным, каждый пятый респондент (19,9%) никогда не испытывает потребность общения посредством сети, причем в данной группе представлены в большей степени девушки и женщины, люди зрелого возраста 36-45 лет, жители средних городов (100-500 тысяч жителей), а также безработные и работники сферы услуг (транспорт, торговля, сервис).

С другой стороны, определенного рода зависимость и постоянная потребность в общении через сеть проявлена у 14,5% наших респондентов. Это каждый седьмой человек. В данной группе женщин в 2 раза больше, чем мужчин (17,1% против 8,1% соответственно). Возрастные группы представлены двумя полярными значениями: молодежью до 16 лет (23,8%) и людьми старше 55 лет (22,6%), жителями крупных городов (1-2 млн. человек), а также в данной группе больше всего школьников.

То, что не хватает «живого» общения, отметили большинство наших респондентов – 28,8% опрошенных. Данную группу составляют в большей степени молодежь 17-19 лет и возрастная группа 25-45 лет (в среднем более 30%), жители малых городов с числом жителей менее 100 тысяч, а также безработные и предприниматели (более 60%).

Таким образом, сегодня сообщество пользователей Интернета достаточно обширно и дифференцировано. В нем наряду со случайными посетителями, каковых по нашим данным не оказалось, существуют и постоянные пользователи определенных ресурсов, и «работники Интернета», а также условная группа «жителей Интернета». Каждый из пользователей тратит определенные финансовые и временные ресурсы, демонстрирует высокую или не очень эмоциональную включенность в проблемы Интернета.