



На правах рукописи

РАДКЕВИЧ Артем Леонидович

**СОЦИАЛЬНЫЕ ИНТЕРНЕТ-ПРАКТИКИ
РОССИЯН В УСЛОВИЯХ ФОРМИРОВАНИЯ
ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЩЕСТВА**

Специальность 22.00.06 – социология культуры, духовной жизни

АВТОРЕФЕРАТ

**диссертации на соискание ученой степени
кандидата социологических наук**

- 3 ДЕК 2009

Москва – 2009

Работа выполнена на кафедре социологии Негосударственного некоммерческого образовательного учреждения высшего профессионального образования «Московский гуманитарный университет»

Научный руководитель

доктор социологических наук,
профессор
Ковалева Антонина Ивановна

Официальные оппоненты:

доктор социологических наук,
профессор
Макаревич Эдуард Федорович

кандидат социологических наук
Сорокин Олег Владимирович

Ведущая организация:

**ГОУ ВПО «Российский
государственный гуманитарный
университет»**

Защита состоится 16 декабря 2009 года в 14.30 на заседании диссертационного совета Д 521.004.02 при ННОУ ВПО «Московский гуманитарный университет» по адресу: 111359, Москва, ул. Юности, 5/1 корп. Б.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке ННОУ ВПО «Московский гуманитарный университет».

Автореферат разослан «13» ноября 2009 года.

Ученый секретарь
диссертационного совета



Агранат Д.Л.

I. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы исследования. Современное общество характеризуется переходом к качественно новому состоянию – информационному обществу, в котором происходит активное проникновение и возрастающее влияние новых информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) на все сферы общественной жизни. Становление информационного общества с различной степенью интенсивности и результативности происходит во всем мире, в том числе и в России. С одной стороны, новые технологии играют решающую роль в промышленном производстве, определяют экономическую и политическую динамику, с другой – компьютеры, Интернет и мобильные телефоны стали неотъемлемой частью повседневной жизни значительного числа людей. Техно-культурная среда повседневности стремительно изменяется под воздействием снижения цен на различные ИКТ, рекламы современного образа жизни в СМИ, компьютеризации образования, распространения электронных устройств, обеспечивающих комфорт и удобство в доме и офисе, изобилия электронных игр для детей, которые, взрослея, становятся проводниками идеи информационного общества и т.п. В этой связи важным становится понять, какие изменения привносят новые ИКТ в повседневную жизнь их пользователей, поскольку повседневность лежит в основании социальной реальности (А.Шюц).

Интернет как средство распространения, хранения и обмена информацией представляет собой стержневой элемент инфраструктуры информационного общества. Его распространение сопряжено с появлением новых видов социальных практик, которые меняют привычные формы работы, образования, развлечения, общения и организации быта. Освоение этих новых практик повышает эффективность деятельности в различных сферах производственной и повседневной жизни и создает социальные преимущества для овладевших ими людей. Наибольшие перспективы на рынке труда имеет молодежь со знанием компьютера и Интернета. Овладение этими новыми практиками становится реальным фактором социальной мобильности в условиях формирующегося информационного общества. Значительная часть россиян уже включила новые, базирующиеся на Интернете, социальные практики в свою повседневность. Изучение этой группы представляется важной социологической задачей, поскольку она репрезентирует «будущее» российского общества, позволяет оценить степень и скорость освоения новых технологий и, в конечном счете, перспективы развития информационного общества в России.

Однако распространение Интернета и его освоение населением сталкивается с рядом экономических, технологических, культурных барьеров.

Социальная проблема состоит в том, что только часть россиян имеет доступ к этой современной технологии, умеет ее использовать и получать от этого преимущества. Возникает «цифровой разрыв», который становится новым и влиятельным фактором социального неравенства. Поиск путей преодоления этого «разрыва» – важная социальная проблема, на решение которой направлены усилия государства и деятельность многих социальных институтов. Эффективность ее решения во многом определяется точностью и глубиной анализа процессов распространения Интернета и освоения новых интернет-практик населением. Этим определяется актуальность выбранной темы исследования.

Степень научной разработанности проблемы. Исследование социальных практик имеет глубокие корни и научную традицию в зарубежной и отечественной социологии. На концепции практик основаны многие теории социального действия и повседневности. Особый вклад в развитие социологической теории практик, исследование повседневных взаимодействий и феноменов «жизненного мира» внесли П.Бурдьё, Л.Витгенштейн, Г.Гарфинкель, Э.Гидденс, И.Гофман, Х.Дрейфус, Э.Дюркгейм, С.Крипке, Дж. Остин, А.Реквиц, Дж. Сёрль, М. де Серто, М.Фуко, А. Шюц, Н. Элиас и др. В российской социологии эта проблематика представлена в работах В.С.Вахштайна, В.В. Волкова, И.Ф.Девятко, Т.И.Заславской, Л.Г.Ионина, Н.Н.Козловой, Вал.А. и Вл.А. Луковых, О.В.Хахордина, Н.А.Шматко и др. Исследования повседневности осуществлялись в рамках изучения бюджета времени населения (Т.М. Караханова, В.Д.Патрушев и др.), культурно-антропологического подхода и качественной методологии (О.Н.Бредникова, В.М.Воронков, М.М.Соколов, О.В.Паченков и др.). Влияние практик использования мобильных телефонов на структуры и условия повседневных взаимодействий исследовал Б.С.Гладарев. Отметим также два крупных эмпирических исследования, проведенных недавно Институтом социологии РАН: «Воздействие западных социокультурных образцов на социальные практики в России» (рук. В.А.Ядов, 2008 г.) и «Российская повседневность в условиях кризиса» (рук. М.К.Горшков, 2009 г.).

Теоретико-методологическую основу социологического изучения Интернета составляют концепции информационного общества (Д.Белл, З.Бжезински, Дж.Гэлбрейт, П.Дракер, Й.Масуда, Дж.Нейсбит, М. Постер, Т. Стоуньер, Д. Тапскотт, Э.Тоффлер, А. Турен и др.) и теория массовой коммуникации (Ф.Балль, Дж.Гербнер, Б.А.Грушин, Т.М.Дридзе, Г.Лассуэлл, Н.Лумана, Д. МакКуэйл, Дж. Томпсон, Б.М.Фирсов, Ю.А.Шерковин и др.). Критический анализ западных концепций информационного общества провел Ф.Уэбстер. Влияние информационных технологий и средств массовой коммуникации на общество находится также в центре внимания теоретиков

современного общества (З.Бауман, У.Бек, Э.Гидденс, П.Штомпка и др.) и постмодернизма (Р.Барт, Ж.Бодрийяр, Ф.Гваттари, Г.Дебор, Ж.Делез, Ж.Ф.Лиотар и др.).

Среди отечественных авторов к проблематике информационного общества обращались Р.Ф. Абдеев, Р.Н. Абрамов, И.Ю. Алексеева, Е.В. Бутенко, Е.Л. Варганова, Д.В. Иванов, В.Л. Иноземцев, И.С. Мелюхин, А.И. Ракитов, А.Е.Шадрин и др., в том числе в контексте российской специфики – Э. Киселева, Ю.А. Нисневич, С.И. Паринов, В.В. Печенкин, Р.И. Цвылев, С.В. Фролов и др. Мониторинг распространения информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) в России и их влияния на повседневную жизнь осуществляется с конца 80-х годов Институтом социально-экономических проблем народонаселения РАН, что нашло отражение в серии эмпирических исследований и научных публикаций (О.Н.Вершинская, Т.В.Ершова и др.). Социальные последствия распространения ИКТ в современном российском обществе, их включенность в различные общественные процессы и влияние на культуру повседневности рассматривались в работах Т.З.Адамьянц, А.И.Ковалевой, А.В.Костиной, Т.Ф.Кузнецовой, Э.Ф.Макаревича, Ф.И.Минюшева, Ж.Т.Тощенко и др.

Теоретические и эмпирические исследования Интернета, посвященные социальным, культурным и политическим аспектам его функционирования, ведутся в западной социологии с начала 90-х годов и лавинообразно нарастают по мере распространения и роста влияния Интернета. Среди авторов и работ, которые внесли значительный вклад в исследование новой проблематики, отметим следующие: фундаментальное исследование М.Кастельса «Информационная эпоха» (1996-1998) и его более поздняя работа «Галактика Интернет» (2000); книги Г.Рейнгольда «Виртуальное сообщество» (1993), Ш.Теркл «Жизнь на экране: идентичность в эпоху Интернет» (1995), С.Джонса «Виртуальная культура» (1997) и «Киберобщество 2.0» (1998), Б. Уэллмана и его коллег «Сети в глобальной деревне» (1999) и «Интернет в повседневной жизни» (2002). Содержащиеся в этих работах теоретические положения задали тон научному дискурсу и во многом определили направления дальнейших исследований Интернета, которые были продолжены в трудах Б.Андерсена, Ф. Аспдена, М. Бакарджиевой, Н.Бейм, Дж. Гершуни, Ф. Говарда, Дж. Доната, Э. Дайсона, Л. Картона, М.Морриса, Л. Райни, Ф. Салаффа, К.Трейси, Дж. Каца, К. Хэмптона, Дж. Шорта и др. Теоретическое осмысление было дополнено обширными эмпирическими исследованиями (П. Йелсма, Дж.Коул, А.М. Рубин, П.М. Харидакис, З. Папачарисси, Е.М. Персе, Д. Фергюсон и др.), блестящий анализ результатов которых осуществили Ди Маджио, Е. Харгиттай, У. Ньюман и Дж. Робинсон.

Социальные исследования Интернета с середины 90-х годов развиваются и в России. Социально-философский (Е.Ю. Журавлева, С.В. Михайлов, И.Г. Опарина, О.В. Романов и др.) и социологический (Т.Ж. Бальжирова, Д. Кутюгин, Е.А.Путилова, В.Л. Силаева, О.Б. Скородумова и др.) анализ Интернета как феномена современного общества был дополнен рассмотрением конкретных проблем и перспектив его развития в России (Б.З.Докторов, Ю.Перфильев, Г.Л. Смолян и др.). Интернет как новое средство массовой коммуникации и его влияние на систему традиционных СМИ исследовали А.С. Биккулов, Я.Н.Засурский, М.М. Лукина, Т.Л.Тихонова, А.Н. Шеремет, И.Д.Фомичева и др. Проблематике виртуальных сообществ, социокультурных и социально-психологических аспектов сетевого общения посвящены исследования А.В. Бахмина, Е.П. Белинской, А. Войскунского, Г.В. Градосельской, А.Е. Жичкиной, И.А.Остапенко, В.И Тищенко, А.В. Чистякова, И.С.Шевченко и др. Изучение российской интернет-аудитории связано с именами Е.Б.Галицкого, Л.Делицына, П.К.Залесского, П.А.Лебедева, А.С.Создателя, А.В.Чугунова и др.

Эмпирические исследования аудитории Интернета проводятся с 1998 г. Одно из наиболее известных и авторитетных – проект Фонда «Общественное мнение» (ФОМ) «Интернет в России» (с 2002 г.), данные которого признаются и используются государством, бизнесом, наукой. Мониторинг интернет-аудитории осуществляется также в рамках прикладных маркетинговых исследований и специальных проектов по измерению аудитории интернет-сайтов, инициируемых бизнесом, телекоммуникационными компаниями, рекламной индустрией. Обширную и регулярно обновляемую статистическую информацию об аудитории Рунета предоставляют компания «SpyLOG» на основании показаний одноименного сетевого счетчика, а также компания RAMBLER, осуществляющая проект «Руметрика».

В целом исследование Интернета получило разностороннее освещение в научной литературе, однако почти не представлен праксеологический подход, проблематизирующий особенности повседневных практик пользования Интернетом различными группами. Эта проблематика достаточно полно и всесторонне исследовалась в зарубежной социологии, однако в России такие исследования редки и фрагментарны. Достаточно хорошо изучены отдельные виды сетевых коммуникативных практик (онлайн-сообщества, социальные сети), однако практически отсутствуют специальные исследования, посвященные другим практикам, реализуемым посредством Интернета (медиапотребление, покупки и пр.).

Актуальность темы и ее недостаточная научная разработанность определили выбор проблемы, объекта, предмета исследования и обусловили постановку его цели и задач.

Объектом исследования являются российские пользователи Интернета.

Предмет исследования — социальные интернет-практики российских пользователей в условиях формирования информационного общества.

Цель исследования — выявить содержание, распространенность и дифференциацию социальных интернет-практик российских пользователей в условиях формирования информационного общества.

Для достижения данной цели были поставлены следующие **исследовательские задачи**:

- дать теоретическое обоснование исследованию социальных интернет-практик;
- охарактеризовать Интернет как феномен информационного общества;
- выявить сущность и содержание социальных практик, реализуемых посредством Интернета (социальных интернет-практик);
- рассмотреть пользование Интернетом как новый вид социальной практики, выявить масштабы и динамику ее распространения в России, а также проблемы и препятствия в освоении этой практики россиянами;
- охарактеризовать состояние, структуру и динамику российской интернет-аудитории;
- охарактеризовать особенности основных видов интернет-практик;
- выявить социальные факторы, определяющие дифференциацию социальных интернет-практик;

В качестве **рабочей гипотезы** выдвинуто следующее предположение: факторами, определяющими различия социальных интернет-практик россиян, являются пол, возраст пользователей, активность (частота) использования Интернета, а также технологические характеристики сетей доступа.

Теоретико-методологическую базу исследования составили теории информационного общества и классические труды по социологии повседневности, дающие представление о сущности и структуре повседневных практик и условиях их реализации. Определяющее значение для формирования авторской позиции имели: концепция сетевого общества М.Кастельса, теория структуризации Э.Гидденса, концепция габитуса П.Бурдьё, а также теоретические подходы к исследованию социальных практик В.Волкова и О.Хахордина, концепция виртуализации общества Д.В.Иванова. Методологически важными для исследования являются идеи теоретиков массовой коммуникации Ф.Балля, Д. МакКуэйла и др., а также теоретические положения о влиянии Интернета на повседневные практики и социальные взаимодействия, содержащиеся в работах С. Джонса, Г.Рейнгольда, Б.Уэллмана, К.Хэмптона.

В диссертации применены методы структурно-функционального анализа, системный и тезаурусный подходы, сравнительный метод. Для обработки и

анализа данных эмпирических исследований использовался комплекс математических методов, стандартные процедуры статистического анализа.

Эмпирическую базу диссертации составили результаты следующих исследований, проведенных с участием автора:

1. Социологическое исследование «Телевидение глазами телезрителей» (2008 г.), включающее специальный модуль по изучению интернет-аудитории и социальных практик пользователей (отв. – автор). Исследуемая совокупность – городское население России в возрасте от 15 лет и старше; репрезентативная выборка 3 219 респондентов. Метод – стандартизированное интервью на дому у респондента. Заказчик – Аналитический центр «Видео Интернешнл» (рук. – Полуэхтова И.А.), исполнитель – исследовательская компания ГФК-Русь.

2. Он-лайн опрос «Медиапотребление Интернет-аудитории» (2008 г.). Генеральная совокупность: активные пользователи Интернета (не менее одного раза в месяц), проживающие в городах России. Объем выборки — 1 500 чел. Заказчик – Аналитический центр «Видео Интернешнл», исполнитель – исследовательская компания ГФК-Русь. Разработка программы, инструментария и анализ результатов осуществлены автором.

Кроме того, эмпирическая база была дополнена вторичным анализом данных следующих исследований:

1. Мониторинговое социологическое исследование «Интернет в России» (2002-2008 гг.). Проводится Фондом «Общественное мнение». Исследуемая совокупность – население в возрасте от 18 лет и старше, объем выборки — 34 тыс. респондентов в год.

2. «World Internet Project» – международное сравнительное исследование (в 2008 г. – 25 стран). Проводится USC Annenberg Center for the Digital Future (Анненбергская школа цифрового будущего при Южнокалифорнийском университете, США) с 1999 г. Метод: лонгитюдное исследование, включающее одно телефонное интервью в год на панельной выборке респондентов (2000 чел. в каждой стране) с использованием стандартизированной анкеты. На базе опросов формируется единая база данных и выпускается ежегодный отчет. Рук. проекта – проф. Дж.Коул (J.Cole).

3. Исследование «Web Index» – прикладное исследование, представляющее собой мониторинг аудитории сайтов и их разделов на панельной выборке интернет-пользователей. Исследуемая совокупность – пользователи Интернета в городах с численностью населения свыше 100 тыс. жителей. Проводится исследовательской компанией «TNS Россия» с середины 2006 года.

4. Исследование «Marketing Index» – прикладное маркетинговое исследование, представляющее собой мониторинг потребления и стиля жизни. Исследуемая совокупность – городское население России, проживающее в городах

с численностью свыше 100 тыс. жителей, в возрасте от 16 лет и старше; общий объем выборки – 45 тыс. респондентов (четыре волны в год). Метод – стандартизированное интервью. Проводится исследовательской компанией «TNS Россия».

5. Качественное социологическое исследование «Новые практики медиапотребления», 2009 г. Метод – фокус-группы; целевая группа – взрослые жители Москвы (от 20 лет и старше), использующие новые формы потребления медиаконтента. Рук. – К.А. Богословская (по заказу Аналитического центра «Видео Интернешнл»).

Научная новизна исследования заключается в следующем:

1. Дана авторская трактовка понятия «социальные интернет-практики», выявлены их сущность и содержание. Осуществлена классификация интернет-практик по их содержанию, базирующаяся на двух основаниях: по сферам применения (трудовые, образовательные, общественно-политические, экономические, досуговые, повседневно-бытовые, личные) и по функциональной направленности (коммуникативные, информационные, информационно-коммуникативные).

2. Охарактеризованы состояние и динамика российской интернет-аудитории по количественным и качественным показателям: объем (численность аудитории, уровень проникновения); активность, которую отражают количественные показатели включенности в процесс интернет-использования (частота, регулярность обращения, затраты времени и т.п.); характеристики способов использования Сети (место и устройство выхода в Сеть, технология доступа и пр.); социально-групповая структура аудитории.

3. Проанализировано содержание социальных интернет-практик российских пользователей, выявлены факторы, определяющие их социальную дифференциацию.

4. Охарактеризованы особенности основных видов интернет-практик различной содержательной направленности: их распространенность среди пользователей-россиян, зависимость репертуара интернет-практик от пола, возраста, активности использования Сети и технологии доступа.

На защиту выносятся следующие основные положения:

1. В информационном обществе ведущие позиции занимает практическая деятельность, связанная с производством и обменом информацией. Интернет представляет собой ключевую технологию информационного общества благодаря многократному увеличению возможности и скорости осуществления коммуникаций, увеличению доступности информационных ресурсов, расширению границ общения и сотрудничества во всех сферах человеческой деятельности. Важнейшей составляющей этих процессов являются люди,

участвующие в интернет-коммуникациях. Пользование Интернетом становится необходимым условием успешной социальной адаптации.

2. Интернет имеет множество сфер и направлений практического использования, что делает его важным агентом изменения социальных практик. Развитие Интернета способствовало генерированию новых социальных практик как виртуальных аналогов традиционных социальных практик, связанных с трудовой, образовательной и досуговой деятельностью, потребительским, политическим, коммуникативным поведением. Эти новые, базирующиеся на Интернете социальные практики выступают как «социальные интернет-практики».

3. Социальные интернет-практики представляют собой совокупность рутинных действий и привычных способов поведения, связанных с использованием Сети для решения проблем и/или повышения эффективности деятельности в различных сферах жизни, а также для удовлетворения различных потребностей. Переноса многие виды деятельности в виртуальное пространство Интернета, социальные интернет-практики существенно расширяют границы социального мира. При этом интернет-практики, представляя собой альтернативные способы осуществления многих реальных повседневных практик, чаще всего не замещают, а дополняют их. Классификация интернет-практик по их содержанию возможна по двум основаниям: 1) по сферам применения (трудовые, образовательные, общественно-политические, экономические, досуговые, повседневно-бытовые, личные); 2) по функциональной направленности (коммуникативные, информационные, информационно-коммуникационные). Наиболее распространенными среди российских пользователей интернет-практиками являются использование электронной почты, поиск информации, социально-сетевое общение.

4. Акторами новых социальных практик является группа интернет-пользователей (интернет-аудитория). Эта группа имеет определенные характеристики, которые отражают количественные и качественные показатели: объем (численность аудитории, уровень проникновения); активность, которую отражают количественные показатели включенности в процесс интернет-использования (частота, регулярность обращения, затраты времени и т.п.); характеристики способов использования Сети (тип доступа, место и устройство выхода в Сеть и пр.); социально-групповая структура. Пользователи более адаптированы к высокотехнологичной и динамичной среде информационного общества, ведут более активный, современный образ жизни, склонны к инновационному поведению и потреблению. Пользование Интернетом позволяет им легче ориентироваться в социальной среде, находить нужную информацию и принимать решения.

5. Российская интернет-аудитория является одной из крупнейших в мире, хотя только треть населения пользуется Интернетом. Уровень проникновения и освоения населением пока низкий. Основными барьерами распространения Интернета в России является как экономические и технологические, так и социокультурные факторы, связанные с недостаточной компетенцией населения в области новых технологий, недоверием к ним. Неравномерность распространения и освоения Интернета в России порождает новое измерение социального неравенства («цифровой разрыв»).

6. Социальные факторы дифференциации интернет-практик составляют прежде всего возрастные и гендерные различия пользователей, а также их активность и технологические характеристики сетей доступа, ограничивающие возможности реализации некоторых интернет-практик с учетом территориальных и поселенческих различий.

Практическая значимость работы. Результаты исследования могут учитываться при разработке государственных программ по информатизации, использоваться в практической деятельности телекоммуникационных компаний, предприятий рекламной индустрии и средств массовой информации. Предложенные диссертантом подходы к анализу интернет-практик применимы для дальнейших социологических исследований. Содержание диссертации может использоваться в учебном процессе при подготовке и чтении курсов по общей социологии, социологии культуры, социологии повседневности, социологии массовой коммуникации, социологии молодежи.

Апробация результатов исследования. Основные идеи и результаты диссертационного исследования опубликованы в 7 статьях (общим объемом 4,2 п.л.), а также были представлены в выступлениях автора на научных конференциях: IV-ой и V-ой международных научных конференциях «Высшее образование для XXI века» (Москва, 2007 и 2008 гг.); межвузовском «круглом столе» «Актуальные проблемы социологии телевидения» (Москва, МосГУ, 2007 г.); «круглом столе» «Современные проблемы социологии молодежи» (Москва, МосГУ, 2008 г.).

Отдельные результаты исследования обсуждались на рабочих совещаниях и научно-практических семинарах в Аналитическом центре «Видео Интернешнл», а также использовались в его практической деятельности.

Диссертация обсуждена и рекомендована к защите на заседании кафедры социологии Московского гуманитарного университета.

Структура работы. Диссертация состоит из Введения, двух глав, Заключения, списка использованной литературы, приложений.

II. ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во Введении характеризуются актуальность, разработанность проблемы, объект, предмет, цель и задачи исследования, его новизна и положения, выносимые на защиту, теоретическая и практическая значимость, апробация работы.

В главе первой *«Теоретико-методологические основы исследования социальных интернет-практик в условиях формирования информационного общества»* диссертант рассматривает Интернет как феномен информационного общества, вводит понятие «социальные интернет-практики», выделяет ключевые идеи социологии практик как теоретической рамки для исследования интернет-практик, определяет их сущность и содержание, проводит операционализацию понятия.

Теоретическо-методологическую основу анализа Интернета и формирующихся на его основе социальных практик составляют концепции информационного общества и социологическая теория практик.

Фундаментальное положение теорий информационного общества состоит в том, что технологические изменения в области создания, передачи и хранения информации порождают определенные социальные процессы, ведущие к глубокому, многоуровневому изменению социальной системы. Информация становится главным общественным ресурсом, а информационно-коммуникационная техника – определяющим фактором социальных перемен. В работе прослеживается эволюция дискурса по проблеме информационного общества. Показано, что экономические и технологические концепции информационного общества, восходящие к идеям постиндустриализма (Д.Белл, Э.Торфлер и др.), были дополнены социально-философскими исследованиями, в которых рассматривались социокультурные аспекты информационного общества (Й.Масуда, С.Нора и А.Минк, М. Постер), а затем, в 90-е годы XX века, концепциями «общества знания» (П.Дракер) и «сетевого общества» (М.Кастельс).

Особое внимание автор уделяет концепции сетевого общества М.Кастельса. Согласно этой теории, развертывание информационно-коммуникационных сетей, приводит к появлению общества нового типа, в котором приоритетное значение имеют информационные потоки, пронизывающие общественную жизнь в различных направлениях – горизонтально и вертикально, внутри отдельных стран и в масштабах всего мира. Называя сеть «организационной разновидностью информационной эры», Кастельс считает, что роль ее технологического базиса выполняют компьютерные сети и прежде всего – Интернет, который он считает «ключевой технологией» информационного общества. Благодаря многократному увеличению возможности и скорости

осуществления коммуникаций, Интернет решает одну из важнейших проблем информационного общества, заключающуюся в генерации, обработке, передаче постоянного потока и огромного массива информации.

Основные виды экономической, общественной, политической и культурной деятельности в масштабах всей планеты в современном обществе структурируются посредством Интернета и вокруг него. Все большая часть коммуникации как делового, так и личного характера осуществляется посредством Интернета. Этому способствуют уникальные технические характеристики Интернета, обеспечивающие возможность дешевой передачи больших объемов информации на любые расстояния, коррекции и хранения передаваемой информации, дистанционный характер коммуникации и возможность анонимного общения, возможность общаться со многими людьми одновременно, не покидая дома (офиса), произвольно устанавливать режим общения, при необходимости прерывать его и пр. Этими преимуществами обусловлено расширяющееся использование Интернета в бизнесе, политике, государственном управлении, науке, повседневной жизни и пр.

Вместе с тем распространение Интернета имеет ряд технологических, социальных и культурных барьеров, которые приводят к «цифровому разрыву» – неравенству в доступе к Интернету, которое равноценно по своему значению маргинальности всех тех, кто не имеет доступа к Интернету или не способен его использовать. Автор выделяет несколько аспектов цифрового разрыва – социально-статусный, региональный, динамический (временной), технологический, глобальный. В работе приводятся статистические данные о проникновении Интернета в различных регионах и странах мира, различных социальных стратах, которые наглядно демонстрируют, что «цифровой разрыв» добавляет еще один фактор раскола к уже имеющимся источникам неравенства и социальных ограничений. Автор указывает также и на другие негативные последствия и угрозы, порождаемые развитием Интернета и других ИКТ – угроза манипулирования общественным мнением и тотального контроля над гражданами; угроза информационной безопасности личности и государства; возможность использования Интернета для незаконных или аморальных действий (в частности, террористическими организациями) и др.

Позитивное значение Интернета для общественного развития состоит в том, что он открывает перед обществом новые возможности решения социальных и экономических проблем, обеспечивая доступность информационных ресурсов, расширяя границы общения и возможности сотрудничества, взаимопомощи и взаимоинформирования во всех сферах человеческой деятельности – в бизнесе, науке, культуре, образовании, личной жизни и пр.

Учитывая центральное положение, которое занимает Интернет во многих областях общественной жизни, очевидно, что жизнь в современном информационном обществе предполагает включение Интернета в повседневную практику. Компьютер, Интернет и другие ИКТ становятся главными рабочими инструментами, а умение найти и использовать нужную информацию – ключевой компетенцией, более важной, чем эрудиция и фундаментальные знания. Появляется новый вид грамотности – компьютерной, овладение которой определяет не только успех на рынке труда, но и полноценность повседневного бытия в мире электронной информации и интернет-коммуникации. С распространением Интернета связано появление новых социальных практик, которые трансформируют привычные формы работы, общения, образования, развлечений и пр. Теоретическому анализу этих новых практик, выявлению их сущности и содержания посвящен второй параграф первой главы.

В исследовании этих инновационных практик автор опирается на теоретический фундамент социологии практик, имеющей глубокие корни и научную традицию. Обобщая основные положения социологических теорий, автор выделяет основные элементы, характеризующие понятие «практика» и дающие общее представление о сущности и структуре повседневных практик и условиях их реализации.

Исходным является положение о том, что практика — это конкретная деятельность, которая «разыгрывается» и переживается реальными людьми в реальном времени и реальном пространстве. Эта деятельность выражается в рутинных действиях и представляет собой «опривыченное», повторяющееся поведение, что предполагает автоматизм выполнения действий в обыденных, неproblemатичных ситуациях. Реализация практики происходит с использованием «инструмента», которым может быть как собственное тело человека, голос, органы чувств, так и неодушевленный предмет, выступающий в данном случае как продолжение человека или его органов чувств.

Практике как деятельности (или совокупности действий) всегда сопутствует определенный «фон», или контекст, представляющий собой некоторый набор практик обращения с предметами и людьми, в котором социализируются члены данной культуры (Х.Дрейфус, Дж.Серль). Совпадение «фона» взаимодействующих индивидов обеспечивает их адекватное понимание и коммуникацию. В структуру практики индивида входит также механизм анализа внешних условий на предмет приемлемости в них той или иной практики. Суть его заключается в поиске в предшествующем опыте индивида аналогичных или похожих ситуаций для приведения в соответствие дальнейшего поведения относительно этой ситуации и приемлемости того или иного способа действий (В.Волков. О. Хахордин). Комплекс знаний и опыта человека, на

основе которых происходит идентификация ситуации называется по-разному: у Реквица — фоновое знание (background knowledge), у Тейлора — фоновое понимание (background understanding), у Сёрля — фон, фоновые навыки, у Гофмана — фрейм, у Бурдьё — габитус.

Помимо «социальных знаний» (габитус, фон, фрейм и т.д.), полученных в процессе социализации, реализация практик требует специализированных навыков и умений, полученных целенаправленно для решения определенных задач повседневной жизни (вождение автомобиля, шитье и т.д.) или профессиональной деятельности.

Важным качеством практик является их коллективный характер: выполняемая индивидом практика должна быть понятна представителям данной культуры, иметь опознаваемую каждым участником форму. Практика предполагает «следование правилу» (П. Уинч, Л. Витгенштейн) и, следовательно, наличие сообщества, устанавливающего внешний (публичный) критерий правильности применения того или иного правила.

Таким образом, социальные практики — это совокупность принятых в культуре (традиционных) способов деятельности, навыков обращения с различными предметами — людьми, вещами, символами, своим телом, языком, временем и пространством; мышление или действие "по привычке"; следование правилу, поведение, имеющее ритуальный характер и базирующееся на коллективных представлениях, ожиданиях и стандартах.

Являясь основой социального действия и общественной жизни в целом, практики осуществляются в самых разных областях. В информационном обществе ведущие позиции занимает практическая деятельность, связанная с производством и обменом информацией, которая реализуется посредством современных информационно-коммуникационных технологий, среди которых особое значение имеет Интернет. Уникальные свойства Интернета как информационно-коммуникационной среды позволяют существенно повысить эффективность всех видов деятельности, основанных на коммуникации и работе с информацией. А поскольку коммуникация является «фундаментальным основанием человеческой деятельности» (М.Кастельс), многие виды социальных практик благодаря Интернету получают новое пространство для развития. Целые сферы человеческой деятельности стремительно переносятся в коммуникативное пространство Интернета. Генерируются новые, базирующиеся на Интернете, практики общения, информационного потребления, покупательского поведения, образовательные, развлекательные и пр. Для обозначения этих практик, автор вводит понятие «социальные интернет-практики» — по аналогии с уже сложившимися и используемыми в обыденном и научном языке обозначениями явлений, имеющих отношение к Интернету (например, «интернет-

коммуникация», «интернет-общение», «интернет-сообщество», «интернет-магазин», «интернет-кафе» и пр.).

Представленный выше теоретико-методологический подход к исследованию социальных практик, автор использует как аналитическую рамку для исследования новых социальных практик, базирующихся на использовании Интернета. Отмечается, что интернет-практики представляют собой конкретную деятельность, состоящую из привычных, повторяющихся действий, содержание которых составляет обмен информацией, реализуемый посредством инструмента – компьютера, подключенного к глобальной компьютерной сети и открывающего доступ к разнообразным базам данных и массивам информации (интернет-контенту). Эта деятельность носит рутинный характер, становится «опривыченным» поведением (для пользователей). Интернет воспринимается пользователями как естественный и неотъемлемый атрибут повседневной жизни: его «не замечают», когда есть доступ к Сети, но его необходимость «проявляется» и «замечается» в случае его отсутствия или поломки. Как любые практики, интернет-практики предполагают наличие некоего «фоновое знания» (представлений об Интернете как информационно-коммуникационной технологии, осведомленности о возможностях и направлениях его использования, знания особых «языков», используемых в Сети – естественных, технических, вторичных), а также следование установленным стандартам осуществления деятельности и правилам поведения в Сети, разделяемым представителями сообщества интернет-пользователей. Помимо «фоновое знания», интернет-практики требуют специальных знаний и практических навыков использования компьютера и Интернета (аппаратных и программных) как инструментов осуществления этих практик.

Интернет имеет множество направлений практического использования, однако любая практика, реализуемая посредством Интернета, будь то личная переписка, поиск работы или покупка товаров – суть информационно-коммуникационная деятельность. Конкретная деятельность по поиску, потреблению, обмену информацией составляет сущность социальных интернет-практик.

В диссертации осуществлена классификация социальных интернет-практик по их содержанию, базирующаяся на двух основаниях: по сферам применения и по функциональной направленности. Автор выделяет образовательные, профессиональные, общественно-политические, досуговые, экономические, повседневно-бытовые интернет-практики – в соответствии с основными сферами жизнедеятельности, в которых Интернет используется как инструмент решения определенных проблем и/или удовлетворения потребностей. По функциональной направленности интернет-практики, по мнению автора, могут быть разделены на

информационные, коммуникативные и информационно-коммуникационные. Информационные интернет-практики представляют собой взаимодействие актора (пользователя) с имеющейся в Сети информацией, а именно – поиск и/или потребление информации (контента), хранящейся и доступной в Сети. Коммуникативные интернет-практики предполагают обмен информацией между пользователями, реализуемый как общение (обмен текстовыми, голосовыми или видеосообщениями) и/или обмен контентом (информацией в форме законченного и «упакованного» информационного продукта – текстовый документ, аудио-видео-произведение, фотография и пр.). Информационно-коммуникативные практики представляют собой специфический вид интернет-практик, содержание которых детерминировано сетевой организацией интернет-среды, многополярным, децентрализованным характером сетевой коммуникации, а также синтезом информационной и коммуникационной деятельности (блоги, социальные сети, публикация и совместное использование контента, его коллективная выверка и рецензирование, распределённое использование ресурсов и пр.).

Социальные интернет-практики имеют ряд особенностей, принципиально отличающих эти практики от традиционных социальных практик, которые были предметом анализа в теоретических концепциях прошлого. В частности, в отличие от традиционных практик, осуществляемых реальными индивидами в реальном времени и пространстве, интернет-практики осуществляются реальными деятелями, но не в реальном пространстве, а в виртуальном пространстве Сети (он-лайн пространстве). Однако это пространство организовано по принципу «жизнеподобия» (Ф.Миниюшев) и представляет собой компьютерную симуляцию реального социального пространства. Социальные практики в Сети также организуются как виртуальные аналоги привычных институциональных форм реальных социальных взаимодействий. При этом происходит замещение реальных институциональных форм симуляцией, создается *образ* реальных атрибутов институциональности. «Симуляция социальности» (Д.Иванов) является характерной особенностью практически всех видов социальных интернет-практик – интернет-общения, интернет-развлечений, интернет-работы, интернет-покупок и пр.

Автор считает, что социальные интернет-практики существенно расширяют границы социального мира, перенося многие виды деятельности в виртуальное пространство Интернета. В этом контексте Интернет становится уже не столько инструментом, сколько пространством осуществления социальных практик (а инструментом является скорее компьютер, подключенный к Сети). Несмотря на кажущееся противопоставление эти позиции скорее дополняют друг друга, формируя «систему координат» для

рассмотрения интернет-практик. С одной стороны, Интернет является средством (инструментом) осуществления различных социальных практик, с другой – в ходе этих практик Интернет конструируется пользователями как социальная среда, в которой взаимодействия и иные социальные практики осуществляются в привычных (хотя и несколько модифицированных) институциональных формах. При этом интернет-практики представляют собой альтернативные способы осуществления многих традиционных повседневных практик и чаще всего не замещают, а дополняют их.

В Главе второй *«Социальная дифференциация интернет-практик россиян»* диссертант рассматривает российских интернет-пользователей (интернет-аудиторию) как акторов новых социальных практик, анализирует количественные показатели российской интернет-аудитории, условия и проблемы, связанные с освоением Интернета населением России, а также рассматривает основные виды интернет-практик россиян, исследует социальные факторы их дифференциации, анализирует групповые различия в их реализации.

Анализ интернет-практик россиян автор предваряет рассмотрением российской интернет-аудитории, к которой применяет концепцию неконтактной социокультурной общности. Подчеркивается, что интегрирующим основанием этой общности выступает Интернет, являющийся обязательным атрибутом повседневности для этих людей и привычным инструментом осуществления разнообразных повседневных практик (трудовых, досуговых, образовательных и пр.), которые не-пользователи осуществляют иными, более традиционными способами.

Диссертант выделяет и рассматривает основные характеристики российской интернет-аудитории, ее количественные и качественные показатели. Базовой характеристикой является объем интернет-аудитории: его показатели – «численность аудитории» (количество человек, имеющих личный опыт использования Сети) и «уровень проникновения», показывающий какая часть населения использует Интернет. По данным исследования Фонда «Общественное мнение» «Интернет в России», к концу 2008 года пользователей Интернета среди совершеннолетних жителей России (от 18 лет и старше) было 34 млн. человек (уровень проникновения – 30%), а среди россиян старше 16 лет — 38 млн человек (32%). Анализ данных международной статистики и исследований, сделанный автором, свидетельствует, что российская Интернет-аудитория по численности – одна из крупнейших в мире. Однако Россия существенно отстает от многих стран мира по показателю проникновения Интернета, по которому принято судить об уровне развития информационного общества. Так, в международном рейтинге стран по численности интернет-аудитории Россия занимает 9-ю позицию, а по уровню проникновения Интернета – только 99-ую (данные приводятся в Приложении 1).

В работе подробно рассматриваются также другие характеристики российской интернет-аудитории (активность, социально-групповая структура аудитории) и динамика основных показателей. В частности, отмечено, что хотя в последние годы рост численности российской аудитории Интернета замедлился, наблюдается увеличение активности его использования среди пользователей (основной показатель активности – частота использования Сети). Происходит сокращение доли «редких» пользователей (раз в месяц, три месяца или полгода) и увеличение доли тех, кто делает это часто (ежедневно или хотя бы раз в неделю): с 2002 по 2008 год доля тех, кто пользуется Интернетом каждый день выросла с 24% до 51%. Сегодня российская интернет-аудитория состоит в основном из активных пользователей: 80% пользователей выходят в Сеть хотя бы один раз в неделю (ФОМ, «Интернет в России»).

Социально-групповая структура российской интернет-аудитории отличается преобладанием мужчин (51% против 45% в населении), людей с высоким доходом (38% против 22% в населении) и высшим образованием (38% против 17% в населении), а также молодежи (60% интернет-аудитории составляют люди в возрасте от 18 до 34 лет, в то время как среди всего населения эта группа составляет всего 33%). Интернет-пользователи более состоятельны финансово: среди них на 13% больше людей с высоким доходом (более 7000 рублей на человека). По роду занятий основную массу интернет-пользователей составляют учащиеся и люди, занятые высококвалифицированным и управленческим трудом (ФОМ, «Интернет в России», 2008). Вместе с тем, динамика интернет-аудитории связана с постепенным «выравниванием» ее социального профиля и сближением с социально-групповой структурой населения. В аудитории Интернета увеличивается доля женщин, а также людей с невысоким уровнем дохода. К тенденциям можно отнести и постепенное «взросление» аудитории Интернета, чему способствует два параллельных процесса: с одной стороны, все больше представителей старших поколений начинают осваивать и использовать Интернет, с другой – «пионеры» Интернета вследствие естественного процесса взросления переходят в старшие возрастные группы. Средний возраст российских интернет-пользователей в 2002 г. составлял 29 лет, в 2009-м – уже 33 года (рассчитано автором на основе данных исследования TNS «Marketing Index»).

Далее на основании анализа результатов ряда эмпирических исследований автор выделяет основные проблемы, связанные с распространением Интернета в России и препятствующие его освоению населением, которые оказывают влияние на состояние, структуру и динамику интернет-аудитории. Во-первых, это проблема физической доступности интернет-услуг, обусловленная технологическими и/или экономическими причинами; во-вторых, социально-

культурные барьеры, связанные с недостаточной компетентностью населения в области новых технологий, непониманием возможностей, открывающихся в связи с их использованием, низким уровнем компьютерной грамотности населения и пр.

Сложное переплетение этих проблем определяет одну из наиболее важных особенностей развития Интернета в России, которая состоит в неравномерном его проникновении в разные социальные слои. Наиболее очевидно это проявляется в региональном дисбалансе. Уровень освоения Интернета существенно различается в зависимости от региона и типа поселения. Пользователи Интернета в основном сосредоточены в городах, прежде всего крупных. Наиболее высокий уровень освоения Интернета в Москве (62%) и Санкт-Петербурге (56%) (ФОМ, «Интернет в России», 2009 г.) Имеется существенный «разрыв» между отдельными субъектами РФ: например, в Камчатском крае Интернетом пользуется 52% жителей, в Республике Мордовия – 15% (разница – почти в 40 процентных пунктов). Проникновение Интернета в регионах, как показал анализ, определяется совокупностью факторов: уровнем социально-экономического развития региона, состоянием технической инфраструктуры сетей, уровнем жизни населения, ценой на услуги интернет-провайдеров. Во многих регионах сложилась парадоксальная ситуация, когда стоимость интернет-услуг обратно пропорциональна уровню жизни населения региона, что тормозит освоение Интернета населением.

Наряду с региональным дисбалансом, важным проявлением «цифрового разрыва» является неравномерное освоение возможностей Интернета разными социальными группами. Новую технологию и новые виды социальных практик больше используют молодые, социально активные и обеспеченные группы населения. Наряду с технологическими и экономическими факторами, в данном случае особое значение приобретают социально-культурные барьеры, связанные с неготовностью определенных групп населения к освоению новых технологий – недоверием к ним, отсутствием знаний и навыков обращения с ними и пр. Так, среди молодых людей более частой причиной не-пользования Интернетом является отсутствие возможности доступа, а в старших возрастных группах препятствием чаще становится отсутствие компьютерной грамотности (АЦВИ, «Телевидение глазами телезрителей, 2008 г.).

Таким образом, имеющееся социальное неравенство, определяющееся дифференциацией населения по уровню жизни, углубляется вследствие «цифрового разрыва» информационно-технологическим неравенством, означающим неравные возможности адаптации к современному обществу – экономике, рынку труда, стилям жизни и пр. На основе данных эмпирических исследований автор показывает, что интернет-пользователи более адаптированы

к высокотехнологичной и динамичной среде современного общества, более склонны к инновационному поведению, ведут более активный, современный образ жизни. Так, значительная часть интернет-пользователей (половина суточной интернет-аудитории, по данным ФОМ) являются «продвинутыми» потребителями, использующими разнообразные практики индивидуального потребления, характерные для современного информационного общества: уверенное владение технологиями коммуникации, финансовыми продуктами и услугами (кредитами, иностранной валютой, ценными бумагами, пластиковой картой и т.п.), способами управления собственным временем (пользование услугами домработниц и нянь, службами доставки товаров и пр.), стремлением к личностному росту и расширению горизонта (поездки за границу, получение дополнительного образования и т.п.). По данным исследований АЦВИ, российские интернет-пользователи имеют более насыщенный досуг: существенно чаще, чем население в среднем, они посещают различные культурно-досуговые учреждения и мероприятия, занимаются спортом, художественной самодеятельностью, самообразованием, пользуются высокотехнологичными средствами потребления медиаконтента (платное телевидение, скачивание контента в Интернете, подкасты, торренты и пр.).

Очевидно, что освоение этих инновационных практик требует не только определенных материальных возможностей, но и интеллектуальных, волевых усилий, определенного уровня личностного развития, готовности вести активный поиск. Именно такие требования предъявляет к человеку информационное общество, в котором Интернет становится незаменимым инструментом повседневных практик, который позволяет легче ориентироваться в социальной среде, находить нужную информацию и принимать решения. Это позволяет рассматривать интернет-пользователей как основной человеческий капитал и ключевую группу информационного общества.

Интернет имеет множество направлений практического использования в повседневной жизни россиян. По данным социологического исследования «Телевидение глазами телезрителей» (2008), самыми популярными видами интернет-практик среди взрослых (старше 15 лет) пользователей Интернета, проживающих в городах России, являются использование электронной почты, поиск информации, общение в «социальных сетях» Интернета («Odnoklassniki.ru», «Vkontakte.ru» и др.). Наименее распространены среди россиян интернет-практики общения по телефону, прослушивания/просмотра радио- и телепередач, заказа/оплаты товаров и услуг, а также ведение персональной страницы (сайта) в Интернете (см. Табл.1).

Таблица 1

Распространенность различных видов интернет-практик среди россиян
(в % от числа интернет-пользователей)

Виды интернет-практик	%
Электронная почта	52
Поиск информации (поисковики, специализированные сайты, энциклопедии)	49
Социальные сети	47
Просмотр новостей	43
Прослушивание / скачивание музыки	41
Посещение сайтов без определенной цели (серфинг)	40
Получение актуальной (справочной) информации	37
Игры	34
Общение в чатах / форумах Сети	31
Просмотр / размещение фотографий	30
Просмотр / скачивание фильмов	27
Обновление / загрузка ПО	27
Общение посредством служб мгновенных сообщений (ICQ, Yahoo Messenger и т.п.)	25
Обмен файлами	22
Чтение / скачивание книг / аудиокниг	19
Чтение интернет-версий газет, журналов	18
Сайты знакомств	15
Чтение / постинг дневников, блогов	13
Просмотр / размещение видеороликов	12
Заказ товаров / услуг	10
Просмотр телепередач	9
Прослушивание радио	8
Разговор по телефону через Интернет	8
Ведение персональной страницы, сайта в Интернете	7
Оплата товаров / услуг	5
Другое	5

На основе анализа данных эмпирических исследований автор выявляет основные факторы, определяющие дифференциацию социальных интернет-практик россиян и интерпретирует выявленные различия. Установлено, что основным фактором, определяющим различия в интернет-практиках пользователей, является возраст. Далее в работе анализируются возрастные

различия в реализации коммуникативных, информационных и информационно-коммуникационных интернет-практик. Выявлено, что те виды коммуникативных интернет-практик, которые в большей мере используют функциональные возможности Интернета, но предполагают более высокий уровень интернет-грамотности, характерны для молодых пользователей и в целом менее распространены (например, общение посредством служб обмена мгновенными сообщениями). Рассматривая интернет-практики медиапотребления, автор анализирует возрастные особенности их реализации в зависимости от типа медиа (по Ф.Баллю). Отмечается, что потребление контента вещательных медиа (радио, телевидение, пресса) через Интернет выступает как дополнение к традиционным формам потребления этих СМИ. Интернет-практики потребления автономных медиа (музыкальные записи, фильмы, книги и пр.), будучи более эффективными по сравнению с традиционными формами, скорее, вытесняют последние. В целом интернет-практики медиапотребления более распространены среди молодых пользователей (за исключением чтения интернет-версий газет и журналов). Практики, связанные с потреблением контента сетевых медиа (сайты постоянно обновляемой актуальной информации – новостные ленты, прогноз погоды, пробки и пр.; персональные страницы и сайты) имеют существенные возрастные различия в зависимости от типа контента. Далее в работе рассматриваются возрастные различия и особенности реализации информационно-коммуникационных практик (блоги, сайты знакомств, социальные сети), приводятся данные об объеме и структуре аудитории наиболее популярных среди россиян социальных интернет-сетей (данные Web Index, TNS). Выявлена зависимость между возрастом и количеством интернет-практик в репертуаре пользователя: среднее количество используемых интернет-практик в старших возрастных группах существенно меньше, чем в группах до 40 лет.

Эмпирически установлено, что пол пользователей оказывается менее значимым фактором дифференциации интернет-практик. Существенные различия между мужчинами и женщинами обнаружены лишь в отношении ряда интернет-практик, которые требуют больше знаний технического характера для реализации: игры, скачивание/просмотр фильмов, обмен файлами, обновление/загрузка программного обеспечения. Все практики, в которых наблюдаются гендерные различия, более характерны для мужчин, чем для женщин.

В целом половозрастные различия в использовании Интернета наглядно отражает Рис. 1.¹

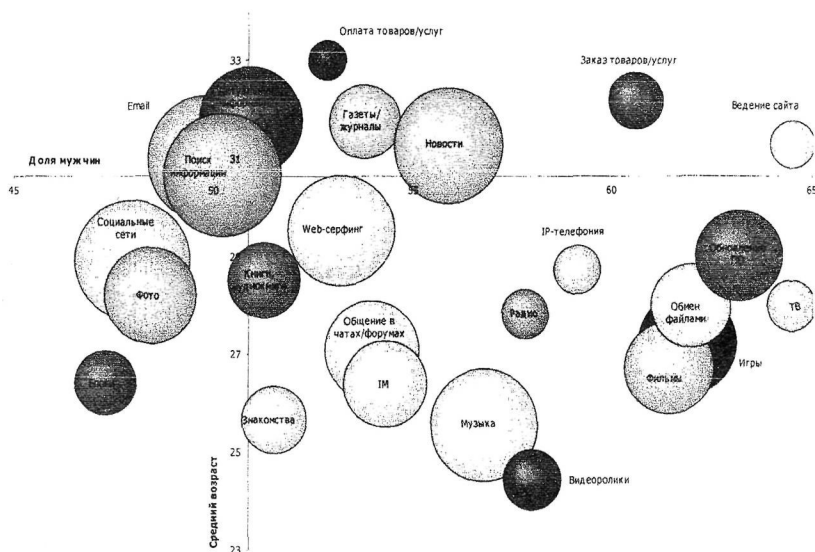


Рис. 1. Дифференциация интернет-практик россиян в зависимости от пола и возраста пользователей

Значимым фактором дифференциации интернет-практик является также активность интернет-пользователей, прежде всего частота использования Интернета. Установлено, что обращение к Сети как источнику информации не зависит от активности пользователя: такие практики, как поиск информации через поисковики, на специализированных тематических сайтах, получение актуальной информации (курсы валют, пробки, погода и пр.) и чтение новостей в равной мере используют как «частые», так и «редкие» посетители Сети. Такие же виды практик, как разговоры по телефону через Интернет, просмотр телепередач и видеороликов в Сети существенно больше распространены среди активных (ежедневных) пользователей. Частота использования Интернета оказалась также важным фактором, определяющим количество интернет-практик в репертуаре пользователя: те, кто посещает Интернет каждый день, реализуют в

¹ По осям графика отложены: средний возраст пользователей Интернета, реализующих интернет-практику (ось Y) и доля мужчин среди пользователей Интернета, реализующих интернет-практику (ось X). Пересечение осей – точка, в которой значения по оси Y равняются среднему возрасту интернет-аудитории, а по оси X – доли мужчин среди интернет-пользователей. Размер круга пропорционален количеству пользователей Интернета, реализующих интернет-практику.

среднем 8 видов интернет-практик, те, кто обращается к Сети один раз в неделю – 3,7, один раз в месяц – 3,3.

В **Заключении** подводятся общие итоги исследования, излагаются основные выводы, в том числе о подтверждении гипотезы исследования. Отмечается, что Интернет трансформирует привычные практики коммуникации, образования, работы, развлечения, гражданской активности и пр. Формируются новые, базирующиеся на Интернете, социальные практики – «социальные интернет-практики». Они разнообразны по содержанию, что определяется многообразием сфер жизнедеятельности, в которых они применяются, и функциональными возможностями Интернета. Акторами этих новых социальных практик является группа интернет-пользователей (интернет-аудитория). Она характеризуется численностью, активностью (частота обращения, затраты времени и т.п.), способами выхода в Сеть (место, устройство, технология доступа и пр.), что отражает ее структуру и дифференциацию. Дифференциация характерна и для интернет-практик. Указывается на подтверждение гипотезы исследования о том, что основными факторами дифференциации социальных интернет-практик являются пол, возраст пользователей, а также их активность (частота обращения к Сети) и технологические характеристики используемых сетей доступа, ограничивающих возможности реализации некоторых интернет-практик.

Основные положения и результаты диссертационного исследования изложены в следующих публикациях:

1. Радкевич А.Л. Интернет-аудитория в России: состояние, динамика, тенденции // *Знание. Понимание. Умение*. 2009. № 1. С. 230-236 (0,4 п.л.);
2. Радкевич А. Платное и бесплатное телевидение глазами телезрителей // *Кабельщик*. 2007. № 7(21). С.36-39 (0,5 п.л.);
3. Радкевич А.Л. Российский рынок интернет-рекламы: итоги 2007 года // *Российский рекламный ежегодник – 2007* / Общ. ред. В.П. Коломиец. М.: ООО «Домино», 2008. С. 49-66 (1,1 п.л.);
4. Радкевич А.Л. Российский рынок интернет-рекламы // *Российский рекламный ежегодник – 2008* / Общ. ред. В.П. Коломиец. М.: ООО «РПК БАКО-МЕДИА», 2009. С. 102-111 (0,6 п.л.);
5. Радкевич А.Л. Российская интернет-аудитория: социологический портрет // *Научные труды Московского гуманитарного университета*. Вып. 95 / Сост., науч. и лит. ред. В.К. Криворученко. М.: Изд-во Московского гуманитарного университета «Социум», 2008. С. 18-24 (0,3 п.л.);

6. Радкевич А.Л. Сущность и содержание социальных интернет-практик // Научные труды Московского гуманитарного университета. Вып. 111. / Сост., науч. и лит. ред. В.К. Криворученко. М.: Изд-во Московского гуманитарного университета «Социум», 2008. С. 59-69 (0,6 п.л.).

7. Социальные интернет-практики как объект социологического анализа // Знание. Понимание. Умение. Электронный научный журнал. 2009. № 3. Портал зарегистрирован Федеральной службой по надзору за соблюдением законодательства в сфере СМИ и охраны культурного наследия. Свидетельство о регистрации Эл № ФС77-25026 от 14 июля 2006 г. Адрес статьи: <http://www.zpu-journal.ru/e-zpu/2009/3/Radkevich/> (0,7 п.л.);

Подписано в печать 12 ноября 2009 г. Заказ № 2124

Формат 60х84 1/16. Объем 1,5 п.л. Тираж 100 экз.

Издательство: ННОУ ВПО «Московский государственный университет»

Печатно-множительное бюро

111395, Москва, ул. Юности, 5/1.