

Ноутбук как маленькое черное платье

Это зачастую модно, всегда функционально, и все большее число женщин считает, что этим необходимо владеть. Как вы думаете, о чем идет речь? Для кого-то это прозвучит обескураживающе, но мы говорим о... высоких технологиях.

Похоже, монополия мужчин на право с важным видом рассуждать о тех или иных технологических инновациях скоро исчезнет – армия современных амазонок, перешедших на «ты» с самыми, казалось бы, недоступными женскому разумению устройствами и технологиями, неуклонно растет и набирает общественный вес. Согласно результатам интерактивного опроса «Женщины, технологии и стиль жизни», по заказу корпорации Intel проведенного среди взрослых американцев компанией Harris Interactive (известна по торговой марке Harris Poll), представительницы слабого пола стремительно догоняют мужчин в восприятии технологий, а кое в чем даже перегоняют их. Например, молодые женщины уже перещеголяли своих ровесников-мужчин в стремлении сделать свою жизнь максимально мобильной: половина опрошенных девушек утверждает, что при покупке следующего своего компьютера они выберут не настольный ПК, а ноутбук. Примечательно, что среди мужчин той же возрастной группы осваивать технологии мобильных вычислений готовы лишь 43%.

Появился новый тип женщин - социологи назвали его «Женщины, использующие технологии». Данная группа охватывает разные возрастные и социальные группы - от молодых девушек, родившихся и выросших в эпоху расцвета высоких технологий, до умудренных жизненным опытом женщин, впервые столкнувшихся с современными технологиями по работе, что побудило их в дальнейшем заняться самообразованием.

«В Intel хорошо понимают, что от женщин не меньше, чем от мужчин зависит адаптация новых технологий, и для нас важно понять, как женщины используют технологии, чтобы мы могли учитывать потребности прекрасной половины человечества, – заявила доктор Женевьева Белл (Genevieve Bell), специалист-антрополог корпорации Intel, которая занимается исследованиями манеры использования технологий людьми в повседневной жизни. – Во всем мире женщины воспринимают технологии не только как часть своей повседневной домашней и рабочей рутины, но также – что немаловажно! - как социальный, духовный и даже романтический фактор».

Итак, что же выявил опрос Intel и Harris Interactive? Технологии приобретают все большее значение в повседневной жизни американок: 58% женщин-респондентов и только 56% опрошенных мужчин считают большой потерей для себя, если они не могут проверить свою электронную почту несколько раз в день. Еще существеннее прослеживается лидерство женщин в представлении о том, что беспроводной доступ в Интернет – один из важнейших побудительных мотивов для приобретения ноутбука (39% женщин против 29% мужчин). В то время как и мужчины (51%), и женщины (48%) считают, что терминалы аэропортов возглавляют список самых популярных мест с беспроводным доступом в Интернет, женщины (38%) опережают мужчин (30%) в желании иметь беспроводной доступ в приемной врача.

Женщины практически наравне с мужчинами (62% против 66%) являются энтузиастами в изучении и использовании новых возможностей своих компьютеров. Но и у них есть негативные особенности восприятия.

«Несмотря на то, что женщина воспринимает технологии как полезный инструмент в своей повседневной жизни, помогающий более эффективно решать многие текущие задачи, быть более организованной и всегда оставаться на связи, они менее устойчивы к отрицательному опыту. Женщины всегда заняты и хотят, чтобы технологии с самого начала работали безотказно», – заметила Белл.

Со времени предыдущего опроса «Ноутбуки и стиль жизни», проведенного Intel в 2002 году, женщины стали больше зависеть от своих ноутбуков. Так, сегодня 87% женщин (по сравнению с 59% в 2002 году) считает, что сдавать ноутбук в гардероб или багаж слишком рискованно.

Опрос также показал, что женщины все еще отстают от мужчин в некоторых областях восприятия высоких технологий – таких, как, например, уверенность в принятии решения о покупке компьютера. «В соответствии с результатами опроса, мужчины чаще, чем женщины, уверены в правильности выбора высокотехнологичных

товаров, – заявил Дэвид Крэйн (David Krane), главный вице-президент компании Harris Interactive по связям с общественностью. – Таким компаниям, как Intel, важно рассматривать женщин как ключевую целевую группу и создавать программы для обучения женщин технологиям». Неуверенность женщин в самих себе проявляется и в том, что они втрое чаще мужчин считают, что противоположный пол преувеличивает их знания о компьютерах (32% женщин против 10% мужчин).

Как бы то ни было, все больше компаний по всему миру при разработке своей продукции ориентируются на новый тип женщин – «Женщин, использующих технологии». Разработаны программы, предотвращающие доступ детей на определенные Web-сайты. Компании включают в свою продукцию возможности беспроводного доступа в Интернет, чтобы дать женщинам еще большую степень свободы и возможность пользоваться технологиями всегда и везде. И уж несомненно вкусы и стремления женщин учитываются производителями при разработке дизайна товаров. Скажем, рынок США уже наполнен разнообразной «феминориентированной» продукцией - от ноутбуков нежно-розового цвета до модных мобильных телефонов со встроенным зеркалом и калькулятором для пересчета размеров одежды с европейских и азиатских на принятые в самих США.

«Когда женщина обращается к технологиям, она хочет от них большего, нежели мужчина, – заявила Ж. Белл. – Как женщины, мы хотим, чтобы наши компьютеры были такими же, как наше любимое «маленькое черное платье» – такими же верными и функциональными, когда мы в них нуждаемся, и такими же индивидуальными, какими мы себя видим».

Автор: Артур Скальский © Babr24.com КОМПЬЮТЕРЫ , МИР 👁 3669 14.01.2005, 12:49 📄 297
URL: <https://babr24.com/?ADE=18859> Bytes: 5669 / 5669 Версия для печати

 [Порекомендовать текст](#)

Поделиться в соцсетях:

Также читайте эксклюзивную информацию в соцсетях:

- [Телеграм](#)

- [ВКонтакте](#)

Связаться с редакцией Бабра:

newsbabr@gmail.com

НАПИСАТЬ ГЛАВРЕДУ:

Телеграм: [@babr24_link_bot](#)

Эл.почта: newsbabr@gmail.com

ЗАКАЗАТЬ РАССЛЕДОВАНИЕ:

эл.почта: bratska.net.net@gmail.com

КОНТАКТЫ

Бурятия и Монголия: Станислав Цырь

Телеграм: [@bur24_link_bot](#)

эл.почта: bur.babr@gmail.com

Иркутск: Анастасия Суворова

Телеграм: [@irk24_link_bot](#)

эл.почта: irkbabr24@gmail.com

Красноярск: Ирина Манская

Телеграм: [@kras24_link_bot](#)

эл.почта: krasyar.babr@gmail.com

Новосибирск: Алина Обская

Телеграм: [@nsk24_link_bot](#)

эл.почта: nsk.babr@gmail.com

Томск: Николай Ушайкин
Телеграм: [@tomsk24_link_bot](https://t.me/@tomsk24_link_bot)
эл.почта: tomsk.babr@gmail.com

[Прислать свою новость](#)

ЗАКАЗАТЬ РАЗМЕЩЕНИЕ:

Рекламная группа "Экватор"
Телеграм: [@babrobot_bot](https://t.me/@babrobot_bot)
эл.почта: equatoria@gmail.com

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО:

эл.почта: babrmarket@gmail.com

[Подробнее о размещении](#)

[Отказ от ответственности](#)

[Правила перепечаток](#)

[Соглашение о франчайзинге](#)

[Что такое Бабр24](#)

[Вакансии](#)

[Статистика сайта](#)

[Архив](#)

[Календарь](#)

[Зеркала сайта](#)