

## НОВАЯ ИНФОРМАЦИОННАЯ СРЕДА ДЛЯ РАЗВИТИЯ АКТИВНОСТИ МОЛОДЕЖИ

*Егоров Глеб Николаевич*, аспирант

Северо-Кавказская государственная гуманитарно-технологическая академия  
369000, Россия, г. Черкесск, ул. Ставропольская, 56  
E-mail: egorov.gleb.2013@yandex.ru

*Статья посвящена качественному и количественному анализу интернет-активности российской аудитории. Автор исследует предпочтения молодежного сегмента интернет-аудитории. В статье представлен вторичный анализ результатов опросов общественного мнения, проведенных авторитетными российскими опросными организациями ФОМ, ВЦИОМ и сайта «Глас Рунета». Автор приходит к выводу, что политическая активность молодежи напрямую зависит от источников и каналов получения информации о политике.*

**Ключевые слова:** общественное мнение, аудитория, интернет, интернет-активность, предпочтения молодежи.

### NEW INFORMATIONAL AREA FOR YUOTH ACTIVITIES DEVELOPMENT

*Egorov Gleb N.*, postgraduate student

North Caucasian State Humanitarian and Technological Academy  
56 Stavropolskaya st., Cherkessk, 369000, Russia  
E-mail: egorov.gleb.2013@yandex.ru

*The article deals with the quantitative and qualitative analysis of Russian audience Internet-activity. The author analyses attitudes of youth segment of Internet-audience. In article there is secondary analysis of public opinion data of FOM, VCIOM and VOXRU.NET. As a result the author makes the conclusion that youth political activity depends on sources and canals of political information.*

**Keywords:** Public opinion, Internet-audience, Internet-activity, Audience, Attitudes of youth.

В настоящее время все большая часть активности молодежи разворачивается в новой информационной среде, которая является не чем иным как виртуальным социальным пространством. Виртуализация современного общества является одним из важнейших явлений. Концепция виртуализации общества, выдвинутая Д.В. Ивановым, рассматривает виртуализацию как процесс социальный, «как процесс изменения общества в целом, а не как создание «параллельного виртуального общества». Социальное содержание виртуализации – симуляция институционального строя первично по отношению к содержанию техническому. Виртуализация в таком случае – это любое замещение реальности ее симуляцией / образом – не обязательно с помощью компьютерной техники, но обязательно с применением логики виртуальной реальности [1].

Одним из самых заметных явлений виртуальной социальной активности является возникновение социальных сетей, объединений людей по интересам, например: «Одноклассники», «В контакте», «Professionali» и др. К этому можно добавить бесчисленное количество различных «чатов» и форумов. Наиболее активными участниками этих виртуальных сообществ являются молодые люди. К виртуальному социальному пространству на сегодняшний день относятся наряду с Интернетом все электронные СМИ. Развитие интерактивных компоненты электронных СМИ является главной тенденцией их развития, интерактивность осуществляется через мобильную телефонную связь (звонки, СМС, ММС). Современный социум уже не может рассматриваться без своей все возрастающей виртуальной компоненты.

Веб-аудитория в России продолжает увеличиваться и по данным Минкомсвязи РФ на начало 2012 г. составила 70 млн человек. По количеству пользователей интернета Россия вышла на первое место в Европе, которое ранее занимала Германия и на шестое место в мире. Первое место в мире по этому показателю уже давно и наверно

навсегда занимает Китай, где веб-пользователей более 500 млн человек. В первую пятерку, также вошли США, Япония, Индия и Бразилия.

Результаты опроса ВЦИОМ, проведенного 31 марта – 1 апреля 2012 г. [2], подтверждают статистику Минкомсвязи РФ. Согласно исследованию, интернетом пользуется 58 % россиян (в апреле 2011 г. – 53 %), причем наиболее заметно увеличение ежедневной аудитории Всемирной паутины (с 30 % в начале года до 38 % весной т.г.).

Но в статистике, в том числе статистике пользователей Интернета, не всё так просто, как хотелось бы. При планировании спроса на интернет-услуги в сфере SEO-оптимизации, веб-дизайна или веб-программирования или онлайн-торговлю, следует, в первую очередь, учитывать не общее число интернет-пользователей, а количество ежедневной веб-аудитории. В настоящее время, только 38 % наших сограждан ежедневно выходят во всемирную Сеть (в абсолютных числах это – 46 млн россиян).

Остальные 20 %, подключенных к интернету, выходят в него раз в неделю – 13 %, раз в месяц – 5 %, не менее раза в полгода – 2 %. Динамика ежедневной интернет-аудитории (в %) по годам представлена в таблице.

На российском интернет-форуме 18.04.2012 г. «РИФ+КИБ» 2012 директор Российской ассоциации электронных коммуникаций Сергей Плуготаренко, сообщил, что интернет-аудитория в России составляет 57,8 млн пользователей в месяц, что на 15 % больше, чем аналогичный показатель прошлого года. Дневная аудитория достигла 44,3 млн пользователей. К концу 2014 г. интернет-аудитория в России должна составить 80 млн пользователей, а проникновение интернета достигнет 71 %, сказал Плуготаренко [3].

Таблица

Динамика ежедневной интернет-аудитории, %

Год	Количество пользователей, %
2006	5
2008	11
2009	15
2010	23
2011	30
март 2012	38

Основным источником прироста аудитории интернета, как и прежде, являются регионы, где живут 93 % новых интернет-пользователей, а их общая численность в 2011 г. увеличилась на 20 %. Активнее всего интернет распространяется в сёлах: за год пользователей интернета здесь увеличилась на 33 % (*«потому что расти с нуля всегда быстрее»*). В городах-лидерах по проникновению интернета (Москве и Санкт-Петербурге) рост составил всего 6 % [3].

Следует отметить, что кроме ВЦИОМ, подсчет интернет-пользователей проводят и другие организации, например, ФОМ, TNS, Gemius, MASMI и АЦВИ.

Результаты исследований разных компаний не совпадают. По данным TNS, в Россия почти 41 млн россиян хотя бы один раз в месяц выходит в интернет, ФОМ считает по-другому: 57,8 млн человек. Причина несоответствия – в разных методиках подсчета. Если в TNS изучали отношение к интернету городских жителей возраста старше 12 лет, проживающих в городах с населением более 100 тыс. чел., то ФОМ опрашивал тех, кому исполнилось 18 лет, вне зависимости от величины населенных пунктов, в которых они проживают.

Молодые граждане более активно пользуются интернетом. Так, по данным сайта «Глас Рунета» [4]:

- 83 % граждан от 18 до 24 лет пользовались интернетом хотя бы раз в месяц в текущем году, среди 25–34-летних таковых насчитывается 72 %;
- среди 35–44-летних месячная аудитория интернета за квартал выросла на 7 % вместо 4 %, среди 45–54-летних – на 9 % вместо 3 %.

Каково же распределение интернет-аудитории по регионам? Самое большое количество пользователей Интернета проживает в Центральном федеральном округе (15,2 млн или 28 %). В первую очередь это следствие плотности населения – в том же Дальневосточном федеральном округе в сети всего 2,3 млн человек или 5 % общей аудитории Рунета. В то же время на Дальнем востоке минувшей весной степень проникновения услуги составила 45 % – выше, помимо Центрального (49 %) и Северо-Западного ФО (58 %), только на Урале (46 %) [3].

Эти же правила верны и для прочих регионов Российской Федерации. Так, Приволжский, Южный и Северо-Кавказский, даже Сибирский федеральные округа по численности интернет-аудитории обходят Северо-Западный регион, при условии что самый высокий уровень проникновения интернета – именно на Северо-западе страны: в среднем здесь 6 из 10 жителей пользовались интернетом хотя бы раз за последний месяц.

Наиболее заметный прирост в I квартале 2011 г. продемонстрировала аудитория Уральского (+ 6 %), Южного и Северо-Кавказского федеральных округов (+ 4 %), тогда как в Поволжье динамика составила доли процентов, на Дальнем Востоке – около 2 % [3].

Несмотря на то, что в Москве уже насчитывается 66 % населения в сети, а в Санкт-Петербурге эта величина достигла 72 %, основная масса аудитории рунета сосредоточена в городах с численностью жителей менее 500 тыс. (+ 6 % за квартал) и в селах, где за первые месяцы 2011 г. доля интернет-пользователей выросла на 11 % [3].

Что же касается наиболее интересной для нас молодежной аудитории, то обратимся к исследованиям, проведенным ФОМ в рамках проекта «Мир Интернета». В исследовании представлены данные о частоте пользования интернетом у учащейся молодежи, места пользования, а также основной сетевой активности и видах онлайн-общения:

- суточная аудитория интернета у учащихся составляет 43–59 %, в отличие от 23 % в среднем у интернет-пользователей РФ;
- полугодовая аудитория веба у учащейся молодежи – 78–91 %, в среднем по стране этот показатель составляет 44 %;
- 73 % школьников и 82 % студентов выходят в сеть из дома, с места учёбы – 40 % и 45 % соответственно;
- 14 % школьников и 19 % студентов против 12 % в среднем среди интернет-пользователей пользуются мобильным интернетом;
- 62 % школьников и 67 % студентов имеют возможность выходить в сеть по месту учёбы; у 32 % школьников и 23 % студентов эта возможность ограничена только самими занятиями;
- у школьников самый популярный вид коммуникации – социальные сети (44 %), у студентов – электронная почта (60 %);
- студенты и школьники чаще других скачивают, просматривают и прослушивают в сети аудио (63–64 % против 47 %) и видео (51–52 % против 42 %), пользуются фото-видеохостингами (30–31 % против 23 %);
- 69 % студентов читают новости, поиском пользуются 60 %, обновляют и скачивают ПО 45 %;
- школьники предпочитают сетевые игры (45 % против 26 % у студентов и 25 % в среднем у интернет-пользователей);
- 24 % студентов ищут работу в сети (интернет-пользователи в целом – 16 %), чаще пользуются интернет-деньгами и интересуются другими финансовыми инструментами.

Согласно исследованию интернет-аудитории ФОМ, количество пользователей сети среди учащихся (школьники, студенты высших и средних учебных заведений) примерно вдвое превышает общий показатель интернет-аудитории в нашей стране [3].

Так полугодовая аудитория сети в России составляет 44 %, а среди школьников 43 % – суточная аудитория. Причём у студентов вузов этот показатель ещё выше –

ежедневно в Интернет выходят 59 % опрошенных. Полугодовая аудитория у учащихся различных учебных заведений – от 78 % у учащихся школ до 91 % у студентов российских вузов.

Самым популярным местом пользования Интернетом у учащейся молодёжи, как выяснилось в ходе исследования ФОМ, является дом. 73 % школьников и 82 % студентов выходят в сеть именно оттуда. Вторым по популярности методом доступа как у школьников, так и у студентов является место учёбы – 40–45 % соответственно. Кроме того, 28 % студентов заявили, что выходят в Интернет с рабочих мест – это всего на 7 % меньше, чем в среднем у интернет-аудитории страны.

Достаточно популярен у учащихся вариант выхода в сеть у друзей и знакомых – как у наиболее общительной группы населения, этот способ значительно превышает частоту похода в интернет-кафе (у школьников эта разница составляет 4 с лишним раза, у студентов – 2).

Кроме того, молодёжь – активные абоненты мобильного интернета: 14 % школьников и 19 % студентов против 12 % в среднем среди интернет-пользователей.

В то же время, несмотря на активное развитие Интернета в образовательных учреждениях, далеко не все школьники и студенты пользуются им по месту учёбы. С одной стороны, это можно объяснить большим распространением домашних подключений, с другой – не всегда заявленная возможность доступа в Интернет по месту учёбы является таковой на самом деле.

Так, в ходе исследования ФОМ выяснилось, что только 62 % школьников и 67 % студентов в принципе имеют возможность выходить в сеть по месту учёбы. Причём 32 % школьников и 23 % студентов эта возможность ограничена только самими занятиями. К слову, данная ситуация мало изменилась по сравнению с началом 2000-х гг. – большему количеству учащихся было позволено выходить в сеть по необходимости, а не только на занятиях, а вот физическая возможность доступа в вузах выросла всего на 2 %, в школах не изменилась вовсе [5].

Как показывают результаты исследования ФОМ, представители учащейся молодёжи активнее, чем интернет-пользователи в целом осваивают различные средства сетевой коммуникации и интернет-сервисы.

Что касается коммуникативных возможностей сети, то тут активнее других различными способами общения пользуются студенты. Если среди школьников электронной почтой пользуются 35 %, то из числа студентов таковых уже 60 %. В социальных сетях регулярно общаются 44 % школьников и 53 % студентов, форумам и чатам предпочтение отдают по 34 % опрошенных.

Сервисам обмена мгновенными сообщениями большее предпочтение отдают студенты (39 % против 29 %), так же как и интернет-телефонии (15 % против 9 % у школьников). Причём среди школьников больше тех, кому в последний месяц общаться в сети вовсе не приходилось.

Что касается прочих видов интернет-активности, то чтению новостей студенты уделяют внимания даже больше, чем вся интернет-аудитория РФ вместе взятая (69 % против 63 %, 50 % школьников). Далее по популярности следуют скачивание и прослушивание аудио (63 % и 64 % учащихся против 47 % в среднем среди интернет-пользователей). Скачивают и просматривают видео 51–52 % учащихся, фото- и видеохостингами пользуются 31–32 % молодёжной аудитории.

Разница в использовании интернет-сервисов у студентов и школьников кроется в большем внимании последним к сетевым играм (45 % школьников и 26 % студентов), зато студенты чаще обращаются к поисковым сервисам (60 % против 37 %), скачивают и обновляют ПО (45 % против 26 %), и ищут в интернете работу (24 % против 5 % среди школьников) [5].

Кроме того, их намного больше среди пользователей интернет-банкинга, игроков на интернет-биржах, пользующихся интернет-деньгами и приобретающих товары, оплачивающих услуги в интернет-магазинах. Причём именно среди студентов

пользователей электронных платёжных систем сети оказалось больше, чем в среднем среди интернет-пользователей РФ.

В США действует общенациональная программа «Cybercitizen Awareness Program» [6], направленная на обучение правильному использованию новых технологий, посредством проведения параллелей между реальным (оффлайн) и виртуальным (онлайн) мирами. Одной из задач программы является организация эффективно действующего социального контроля, профилактика девиантного поведения в молодежной среде, поддержка разработки образовательных материалов для родителей, учителей и детей [7].

Виртуальная среда дает личности гораздо большую свободу действий, чем реальная. Одним из феноменов особенностей виртуальной среды является анонимность общения, использование вместо реальных имен, различных «никнов» – виртуальных имен. Во многом это способствует развитию девиантного и делинквентного социального поведения.

Согласно классификации С.В. Бондаренко к виртуальным сетевым сообществам делинквентного поведения могут быть отнесены: экстремистские религиозные секты, группы политических и экономических террористов, традиционные и новые организованные в оффлайне организованные преступные сообщества, некоторые молодежные группы экстремистской технологической направленности и т.д. [7].

Таким образом, можно утверждать, что молодежь очень активно пользуется многими интернет-сайтами. Студенты отдадут предпочтение «деловым» возможностям сети как поиск и в первую очередь поиск работы (на 50 % больше, чем интернет-аудитория в целом), обновление ПО и финансовые инструменты. А у школьников преобладают развлекательные сервисы. Однако для общества важна направленность социальной активности в виртуальном пространстве. Политическая активность молодежи напрямую зависит от источников и каналов получения информации о политике. В этой связи, информационно-политические технологии выступают центральным способом воздействия на ценностные ориентации и поведение молодежи. Их использование позволяет формировать относительно однородные сегменты политических предпочтений и социальных установок молодежи.

#### Список литературы

1. Бондаренко С. В. Виртуальные сетевые сообщества девиантного поведения / С. В. Бондаренко, Л. А. Погосян, В. В. Черноус // Профилактика девиантного поведения молодежи Дона и Юга России. Приложение к «Южнороссийскому обозрению ЦСРИ и ПИППК при РГУ и ИСПИ РАН» / отв. ред. Ю. Г. Волков. – Ростов-на-Дону : Изд-во СКНЦ ВШ, 2003. – С. 54–88.
2. Иванов Д. В. Виртуализация общества. Версия 2.0 / Д. В. Иванов. Санкт-Петербург : Петербургское Востоковедение, 2002. – С. 28.
3. Официальный сайт Voxru. – Режим доступа: <http://www.voxru.net>, свободный. – Загл. с экрана. – Яз. рус.
4. Официальный сайт ВЦИОМ. – Режим доступа: <http://www.vciom.ru>, свободный. – Загл. с экрана. – Яз. рус.
5. Официальный сайт Руметрика. – Режим доступа: <http://www.rumetrika.rambler.ru/review/2/4788>, свободный. – Загл. с экрана. – Яз. рус.
6. Официальный сайт Руметрика. – Режим доступа: <http://rumetrika.rambler.ru/review/0/4040>, свободный. – Загл. с экрана. – Яз. рус.
7. Официальный сайт Cybercitizenship. – Режим доступа: <http://www.cybercitizenship.org/>, свободный. – Загл. с экрана. – Яз. англ.

#### References

1. Bondarenko S.V., Pogosyan L.A., Chernous V.V. Virtualnye setevye soobshchestva deviantnogo povedeniya. *Profilaktika deviantnogo povedeniya molodezhi Dona i Yuga Rossii*. Prilozhenie k «Yuzhno-rossiyskomu obozreniyu TsSRI i PIPPK pri RGU i ISPI RAN», отв. ред. Yu.G. Volkov. Rostov on Don, 2003, pp. 54–88.
2. Ivanov D.V. *Virtualizatsiya obshchestva. Versiya 2.0*. St. Petersburg: Peterburgskoe Vostokovedenie, 2002, p. 28.
3. *Ofitsialnyy sayt Voxru*. Available at: <http://www.voxru.net>.
4. *Ofitsialnyy sayt VTsIOM*. Available at: <http://www.vciom.ru>.
5. *Ofitsialnyy sayt Rumetrika*. Available at: <http://www.rumetrika.rambler.ru/review/2/4788>.
6. *Ofitsialnyy sayt Rumetrika*. Available at: <http://rumetrika.rambler.ru/review/0/4040>.
7. *Ofitsialnyy sayt Sybercitizenship*. Available at: <http://www.cybercitizenship.org/>.

**ОТ ТАМОЖЕННОГО СОЮЗА БЕЛАРУСИ, КАЗАХСТАНА И РОССИИ  
К ЕВРАЗИЙСКОМУ ЭКОНОМИЧЕСКОМУ СОЮЗУ  
И ЕДИНОМУ ИННОВАЦИОННОМУ ПРОСТРАНСТВУ СНГ**

*Сарсембеков Назжен Тулегенович*, аспирант

Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского  
644077, Россия, г. Омск, Проспект Мира, 55-а  
E-mail: nazhen74@mail.ru

*В статье рассмотрены вопросы инновационного сотрудничества стран СНГ в связи с функционированием Таможенного союза (ТС) и Единого экономического пространства (ЕЭП) России, Беларуси и Казахстана. Отмечается, что в модернизации экономик постсоветских государств важную роль играют страны ТС и ЕЭП (Россия, Беларусь и Казахстан), занимающие передовые позиции в области науки и технологии, и способные передавать новые знания участникам интеграционных объединений. Объединение научно-технического потенциала «Сколково» (СНГ) и Центра высоких технологий (ЕврАзЭС) создает условия для научно-технического взаимодействия и инновационного развития не только для стран ТС и ЕЭП, но и СНГ в целом. В стратегическом плане для всех интеграционных объединений: ТС и ЕЭП, ЕврАзЭС и СНГ – инновационное взаимодействие, усиление роли человеческого капитала в научно-технической сфере станет движущим фактором интеграции на постсоветском пространстве.*

**Ключевые слова:** Единое экономическое и таможенное пространство, Евразийский экономический союз, ЕврАзЭС, СНГ, интеграция, инновационное пространство, индекс человеческого развития, человеческий капитал, инновационная модель развития, модернизация экономики.

**FROM CUSTOMS UNION OF BELARUS, KAZAKHSTAN AND RUSSIA,  
THE EURASIAN ECONOMIC UNION  
AND THE SINGLE CIS INNOVATION SPACE**

*Sarsembekov Nazhen T.*, postgraduate student

Omsk State University of F.M. Dostoevsky  
55-a Mira Avenue, Omsk, 644077, Russia  
E-mail: nazhen74@mail.ru

*The paper deals with innovation cooperation of CIS countries in connection with the operation of the Customs Union (CU) and the Common Economic Space (CES) of Russia, Belarus and Kazakhstan. It is noted that in the modernization of the economies of post-Soviet states play an important part of the country, and TC SES (Russia, Belarus and Kazakhstan), occupying a leading position in science and technology, and able to transfer new knowledge to the integration groupings. Combining scientific and technical potential «Skolkovo» (CIS) and the Center for High Technology (EEC) creates the conditions for scientific and technical cooperation and innovative development not only for the TS and the EEA, but also the CIS as a whole. The strategic plan for the integration of all the unions: TS and the CES, the EurAsEC and the CIS – an innovative collaboration, the role of human capital in science and technology will be the driving factor in the integration of the former Soviet Union.*

**Keywords:** Single economic and customs space, the Eurasian Economic Union, the EurAsEC, CIS, Integration, Innovation space, an index of human development, Human capital, Innovative model of development, Modernization of the economy.

Единое экономическое и таможенное пространство России, Беларуси и Казахстана, как новая, более глубокая форма торгово-экономической интеграции, предусматривает с 1 января 2012 г. свободное передвижение на единой таможенной территории данных государств не только товаров, но и услуг, капиталов, трудовых ресурсов. Она рассматривается основой для перехода к 2015 г. к высшей организационной форме интеграции – Евразийскому экономическому союзу, участниками которых могут стать другие государства ЕврАзЭС, а также СНГ.

Отличительной особенностью нового интеграционного объединения ЕврАзЭС следует считать наличие его наднациональных органов: Высший Евразийский экономический совет (на уровне глав государств), Евразийская экономическая комиссия (ЕЭК), как единый постоянно действующий регулирующий орган Таможенного союза (ТС) и Единого экономического пространства (ЕЭП). ЕЭК в пределах своих полномочий принимает решения, имеющие обязательный характер для Сторон, и реко-