

<https://doi.org/10.5281/zenodo.3606824>

УДК 316.77

**Тищенкова Н.В.**

*Тищенкова Нина Вадимовна*, магистрант, Смоленский государственный университет, Россия, 214000, г. Смоленск, ул. Пржевальского, 4, ninatischenkova@gmail.com.

## **Интернет в России: специфика, основные черты, динамика развития**

**Аннотация.** На сегодняшний день Интернет прочно вошел в жизнь современного человека, став неотъемлемым элементом повседневности, инструментом общения, работы, учебы и развлечений. Исследование взаимосвязи и взаимовлияния реального и виртуального особо актуально и перспективно в настоящее время, однако, при обращении к Интернету как объекту исследования, необходимо учитывать особенности и специфические характеристики данного феномена. В статье особое внимание уделено развитию Интернета в России: от появления и широкого распространения вплоть до настоящего времени. С опорой на последние актуальные данные проведен анализ российской Интернет-аудитории, выделены ее характерные черты. Согласно статистическим данным ежегодных мониторингов Сети определены основные причины и цели использования Интернета. Значительное внимание уделено статистике аудиторий самых популярных социальных сетей среди российских пользователей. В заключении автором выделены три главные тенденции в развитии и использовании Интернета в России в течение последних лет.

**Ключевые слова:** Интернет, Интернет-аудитория, пользователь, причины использования Интернета, социальные сети, тенденции развития Интернета, ВКонтакте, Одноклассники, Instagram.

**Tischenkova N.V.**

*Tischenkova Nina Vadimovna*, master's degree student, Smolensk State University, Russia, 214000, Smolensk, Przheval'skogo St., 4, ninatischenkova@gmail.com.

## **Internet in Russia: specifics, main features, dynamics of development**

**Abstract.** Nowadays, the Internet has firmly entered into the life of modern man, became an integral element of everyday life, a tool for communication, work, study and entertainment. The studies of the real and virtual interaction is particularly relevant and promising at the present time, however, when the Internet becomes an object of research, it is necessary to take into account the features and specific characteristics of this phenomenon. The article focuses on the development of the Internet in Russia: from the appearance and wide distribution up to the present time. Based on the latest relevant data, the analysis of the Russian Internet audience is carried out, its characteristic features are determined. According to the statistics of the annual monitoring of the Network, the main reasons and goals of Internet using are identified. Large attention is paid to the audience statistics of the most popular social networks among Russian users. In conclusion, the author identifies three main trends of the development and use of the Internet in Russia in recent years.

**Keywords:** Internet, Internet audience, user, reasons of Internet using, social networks, tendencies of Internet development, VKontakte, Odnoklassniki, Instagram.

Ракурсы современных социологических исследований все чаще смещаются в сторону Интернет-коммуникаций. Традиционные способы и формы взаимодействия людей приобретают качественно новые черты и особенности в рамках виртуальной информационно-коммуникативной среды Интернет. Подобные трансформации не только вызывают к себе повышенный научно-исследовательский интерес со стороны социологии, но буквально требуют подробного изучения в связи с все возрастающей ролью Интернета в повседневной жизни общества. Именно взаимовлияние социальных практик повседневной жизни и жизни виртуальной чаще всего становится предметом изучения социальных наук, когда речь заходит об Интернете. Невозможное в реальном мире в рамках Интернет-взаимодействия становится обыденным, обретает новые, неожиданные черты; непрерывно развиваются и возникают новые возможности самоидентификации, саморепрезентации и самоконструирования, зачастую несущие в себе не только позитивный, но и негативный потенциал. Изучение подобных закономерностей развития представляется особенно важным: исследование этих процессов сквозь призму образов личности в социальных сетях позволяет выявить скрытые механизмы, лежащие в их основе [2].

Несмотря на то, что данная работа посвящена рассмотрению феномена Интернет-сети с социологической точки зрения, было бы справедливым отметить, что на сегодняшний день для лучшего понимания процессов, происходящих как в Сети, так и вне ее, Интернет исследуется и множеством других наук разных областей научного знания. Однако даже в эпоху его небывалого развития на пороге нового десятилетия говорить о возникновении целостного понимания того, что такое Интернет, еще достаточно рано [11].

Безусловно, значительным образом эта проблема обусловлена новизной самого феномена. Интернет представляет собой феномен, качества которого изменяются вслед за изменениями технических средств, обеспечивающих его существование. Именно поэтому социологические исследования Интернета направлены на выработку адекватной культуры использования этого нового пространства, во всем его многообразии, взаимодействии и взаимозависимости с повседневными практиками жизни общества.

Интернет по своей сути – многогранный и многоаспектный феномен, требующий комплексного изучения, но подобные специфические характеристики он приобрел сравнительно недавно. Интернет создается в 1969 году как небольшая локальная сеть образовательного назначения и массовую популярность обретает лишь в начале 90-х годов в связи с разработкой World Wide Web (Всемирная паутина) и открытием возможности подключения к Сети широкого круга пользователей. На настоящий момент аудитория Интернета насчитывает более 4,5 млрд. пользователей по всему миру, продолжая неуклонно расти [14].

В России же Интернет появляется лишь в 90-х годах XX века, и массовую популярность приобретает только с конца нулевых XXI века. По данным на июнь 2019 года количество Интернет-пользователей в России составляет 116,4 млн. человек. Это примерно 80,9% населения всей страны [15].

Стремительный рост аудитории Интернета в России подтверждают и многочисленные исследования, в том числе периодические мониторинги. Как уже было отмечено выше – наибольший прирост Интернет-аудитории в России наблюдается в течение последнего десятилетия. Вплоть до 2011 года о ежедневном использовании Интернета не могло быть и речи: 48% респондентов не использовали Интернет вообще, в то время как обращались к нему ежедневно – лишь около трети опрошенных (28%). Всего два года потребовалось Интернету на то, чтобы количество ежедневных Интернет-пользователей превысило тех, кто не использует его вообще: (42% - «ежедневно», 34% - «не пользуюсь») [4].

По данным на декабрь 2019 года подавляющее большинство респондентов пользуются Интернетом ежедневно: 68% против 19% тех, кто им не пользуется [8]. Более детально отследить динамику проникновения Интернета за последнее десятилетие в России можно по Таблице 1.

Таблица 1. Пользование Интернетом в России [8].

	1 кв. 2011 г.	1 кв. 2012 г.	1 кв. 2013 г.	1 кв. 2014 г.	1 кв. 2015 г.	1 кв. 2016 г.	1 кв. 2017 г.	1 кв. 2018 г.	декабрь 2019 г.
Практически ежедневно	28%	37%	42%	45%	51%	53%	56%	62%	68%
Несколько раз в неделю	14%	14%	15%	14%	13%	12%	13%	12%	10%
Несколько раз в месяц	6%	5%	6%	6%	5%	4%	4%	4%	2%
Эпизодически (не реже 1 раз в полгода)	3%	2%	2%	2%	2%	1%	2%	2%	1%
Не пользуюсь	48%	41%	34%	32%	29%	29%	25%	19%	19%

Таблица 2. Пользование Интернетом в России (возрастной аспект) [10].

	18-24 года	25-34 года	35-44 года	45-59 лет	60 лет и старше
Провожу в интернете более 4 часов ежедневно	71%	41%	24%	14%	5%
Пользуюсь интернетом ежедневно, менее 4-х часов в день	26%	45%	55%	42%	31%
Несколько раз в неделю	3%	8%	11%	17%	10%
Несколько раз в месяц	1%	1%	4%	6%	3%
Эпизодически, но не менее 1 раза в полгода	0%	1%	1%	3%	2%
Не пользуюсь	1%	3%	5%	18%	50%

Описывая качественный характер аудитории российского Интернета, стоит отметить следующее. И мужчины, и женщины примерно в равной степени используют Интернет (66% и 62% соответственно) [5]. В то же время, в общей совокупности активной аудитории Интернета процент пользователей женского пола так же незначительно превышает процент пользователей-мужчин (53,3% против 46,7%) [7]. Это позволяет сделать вывод о том, что явных различий по гендерному признаку среди пользователей Интернета в России не наблюдается. В то же время необходимо подчеркнуть, что Интернет-аудитория в России достаточно молодая. Наиболее активными пользователями Интернета является молодежь в возрасте 18-24 лет: 99% респондентов данной возрастной категории, так или иначе, используют Интернет. Причем 97% опрошенных пользуются Интернетом ежедневно, в том числе 71% проводит в сети более 4-х часов в день [10]. Однако стоит так же принять во внимание тот факт, что практически в каждой возрастной категории, за исключением респондентов в возрасте от 60 лет и старше, количество ежедневных пользователей Интернета значительно превышает тех, кто обращается к Интернету несколько раз в неделю или реже (см. Таблица 2). Таким образом, можно судить не только о достаточно высокой вовлеченности молодежи в коммуникацию в рамках виртуального пространства, но так же и о широкой представленности пользователей различных возрастов среди активной аудитории Интернета в России. Так как

проникновение Интернета среди молодежи и людей среднего возраста достаточно близко к предельным значениям, можно сделать вывод о том, что рост аудитории Интернета за последние несколько лет происходит в основном за счет людей старшего возраста.

Однако, несмотря на то, что с определенной уверенностью можно утверждать то, что на сегодняшний день Интернет достаточно прочно вошел в повседневную жизнь российского пользователя, лишь немногие отмечают, что не представляют своей жизни без Интернета (11%). Чуть больше трети (37%) респондентов, тем не менее, полагают, что исчезновение Интернета существенно поменяло бы их жизнь, но в то же время остаются уверенными в том, что смогли бы приспособиться к новым условиям. В совокупности около половины опрошенных придерживаются мнения о том, что Интернет мало что поменял бы в их жизни или не оказал бы на нее никакого влияния вообще (27% и 24% соответственно) [3].

Так или иначе, трудно отрицать сложившуюся в последнее десятилетие тенденцию стремительного роста популярности Интернета среди аудитории российского пользователя. В то же время, стоит отметить еще один немаловажный тренд в развитии российского Интернета, наиболее ярко проявившийся лишь в последние несколько лет: бурный рост аудитории пользователей мобильного Интернета. По данным на начало 2019 года доля пользователей мобильного Интернета составляет 61%, тогда как еще годом ранее этот показатель составлял 56% [9].

Важный качественный сдвиг последнего времени – стремительный рост аудитории пользователей, которые пользуются только мобильным доступом к сети. В 2017 году данный тип пользователей только обнаруживает себя на рынке (18% от всех пользователей Интернета). За год этот сегмент вырос в два раза и по данным мониторинга за 2018 год составляет уже более трети (35%) от всех пользователей Интернета в России [9].

В связи со сложившимися тенденциями, описанными выше, видится целесообразным особое внимание уделить причинам и целям использования Интернета. В целом, по данным Mediascope, представленным на Российском интернет-форуме в 2019 году, предпочтения российской интернет-аудитории последних лет в области медиаресурсов достаточно стабильны. Среди самых востребованных ресурсов можно назвать социальные сети, мессенджеры, интернет-магазины, поисковые сервисы, видеосервисы и банки [1]. Наиболее популярными Интернет-ресурсами по посещаемости у российской Интернет-аудитории являются (по убыванию): поисковые сервисы Яндекс, Google, видеохостинг Youtube, социальная сеть ВКонтакте, мессенджер Whatsapp, сайт и приложение Сбербанк, Интернет-портал Mail.ru, социальные сети Instagram и Одноклассники, Интернет-магазин Aliexpress [12]. Из данного Топ-10 очевидно выделяется и тройка лидеров среди самых популярных среди российской Интернет-аудитории соцсетей: ВКонтакте, Instagram и Одноклассники. В период с января 2018 года по январь 2019 года количество активных пользователей соцсетей в России выросло на 2 млн. (прирост 3,3%) [13].

Безусловно, характер аудитории социальных сетей отличается, учитывая некоторые специфические черты обмена информацией в рамках каждой из них, и главным образом по возрастному и половому критериям (данные, актуальные на октябрь 2019 года). Аудитория ВКонтакте практически в равной степени представлена как мужчинами, так и женщинами (45.3% и 54.7% соответственно). Что касается возраста, то наиболее активными пользователями данной соцсети в основном выступает молодежь 25-34 лет (мужчины и женщины 13.5% и 15.5% соответственно); пользователи 12-24 лет (мужчины 10.6%, женщины 10.1%) и 35-44 лет (мужчины 9.6%, женщины 11.6%) представлены примерно в одинаковой степени [17]. В статистике пользователей социальной сети Одноклассники наблюдается несколько иная картина. В первую очередь необходимо отметить, что большая часть пользователей данной соцсети – женщины (61.6%). Молодое поколение в возрасте 12-24 лет представлено достаточно незначительно по сравнению с другими возрастными категориями (4.1% мужчин и 5.8% женщин). Процент пользователей мужчин остальных возрастных категорий в целом варьируется от 7.6% (45-54 лет) до 9.4% (35-44 года), в то время как процент пользователей жен-

щин сначала плавно снижается с повышением возраста (с 14.5% в возрасте 25-34 лет до 11.1% в возрасте 45-54 года), а затем достигает своей максимальной отметки в 16.5% в категории пользователей 55 лет и старше [16]. Последняя доступная актуальная информация по половозрастному распределению пользователей Instagram в России (февраль 2018 года) так же показывает, что данная социальная сеть в России является достаточно «молодой»: самыми активными пользователями являются мужчины и женщины в возрасте 18-24 лет (38%) и 25-34 лет (37%) [6].

Интернет, на сегодняшний день являясь по истине огромной медиаплощадкой для практически неограниченного обмена информацией, чаще всего выступает для пользователей как сам источник различного рода информации. По данным на сентябрь 2018 года 44% российских пользователей обращаются к Интернету по работе и/или учебе, 42% для развлечений (прослушивание музыки, просмотр фильмов, чтение книг), примерно в равной степени Интернет используется для ведения переписки с помощью электронной почты (37%), поиска необходимой информации (36%) и мониторинга новостей (35%). Для общения с другими пользователями Интернет используют 28% пользователей, стоит так же отметить, что в течение последних лет этот показатель постепенно снижается (31% в 2014 году), в то время как остальные вышеперечисленные возрастают (кроме использования электронной почты – количество пользователей держится на отметке 37% по сравнению с 2014 годом) [10].

Таким образом, складывающуюся тенденцию среди основных целей использования Интернета в России подтверждает и рейтинг наиболее популярных медиаресурсов, о которых упоминалось ранее: поисковые сервисы, используемые для работы, учебы и поиска информации; электронная почта (Mail.ru) для ведения переписки; видеохостинги и социальные сети для развлечения и общения.

В целом, переоценить роль и значение Интернета в жизни современного человека достаточно трудно. Наряду с его стремительным и практически повсеместным проникновением, постепенно Интернет становится неотъемлемой частью повседневной жизни, зачастую используясь как один из основных инструментов повседневных социальных практик – общения, учебы, работы, поиска информации и развлечений. Развитие Интернета в России – череда взаимосвязанных и постоянно сменяющих друг друга тенденций, среди которых можно выделить следующие:

1. По сравнению с мировыми тенденциями, популярность Интернета в России резко возрастает лишь в течение последнего десятилетия, однако, уверенно стремится к практически стопроцентному охвату аудитории. На данный момент Интернетом пользуются около 80% населения всей страны и 99% молодежи в возрасте 18-24 лет. В последние годы российская Интернет-аудитория возрастает, главным образом, за счет пользователей старшего поколения.

2. Неуклонно растет аудитория мобильного Интернета: 61% пользователей выходят в Интернет со смартфонов, в том числе 35% используют для выхода в Интернет только мобильные устройства. Данная тенденция возникает недавно (2017-2018 гг.), продолжая бурно развиваться в течение настоящего времени.

3. Для российского пользователя Интернет – главным образом, источник информации, инструмент общения и развлечений. Помимо поисковых систем все большую популярность обретают социальные сети (ВКонтакте, Instagram, Одноклассники).

На фоне общих особенностей развития интернет-коммуникации, роста аудитории пользователей Интернета и, в частности, социальных сетей, становится особенно актуальным и перспективным исследование взаимосвязи социальных практик повседневной жизни и виртуальных практик информационно-коммуникативной среды Интернет. Однако без изучения Интернета как особого социокультурного феномена, понимания специфики его развития в рамках российского общества, а так же его основных черт и особенностей - полное и всестороннее раскрытие предмета исследования невозможно. В силу же особой характеристики Интернета – непрерывных потоков информации, быстро сменяющихся друг друга, видится це-

лесообразным осуществлять постоянный мониторинг изучаемого сегмента, для обладания наиболее актуальной информацией о последних тенденциях, складывающихся в виртуальном сообществе.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Аудитория российского сегмента интернета в 2019 году / По материалам сайта Shopolog // [Электронный ресурс] / URL: <https://www.shopolog.ru/metodichka/analytics/auditoriya-rossiyskogo-segmenta-interneta-v-2019-godu/>
2. Баринов Д. Н. Политический дискурс в социальных медиа: специфика производства и факторы эффективности [Электронный ресурс] // Политика и общество, 2016. – №6 (138). – С. 755-764. – URL : [https://nbpublish.com/library\\_get\\_pdf.php?id=37451](https://nbpublish.com/library_get_pdf.php?id=37451)
3. Жизнь без интернета: рай или апокалипсис? / По материалам сайта ВЦИОМ // [Электронный ресурс] / URL: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=9681>
4. Жизнь в интернете и без него / По материалам сайта ВЦИОМ // [Электронный ресурс] / URL: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=9024>
5. Интернет в России: динамика проникновения. Зима 2017–2018 гг. / По материалам сайта ФОМ // [Электронный ресурс] / URL: <https://fom.ru/SMI-i-internet/13999>
6. Каждому возрасту – свои сети / По материалам сайта ВЦИОМ // [Электронный ресурс] / URL: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=8936>
7. Общая аудитория Интернета / По материалам сайта Mediascope // [Электронный ресурс] / URL: <https://webindex.mediascope.net/general-audience>
8. Пользование Интернетом / По материалам сайта ВЦИОМ // [Электронный ресурс] / URL: [https://wciom.ru/news/ratings/polzovanie\\_internetom/](https://wciom.ru/news/ratings/polzovanie_internetom/)
9. Проникновение Интернета в России: итоги 2018 года / По материалам сайта Gfk // [Электронный ресурс] / URL: [https://www.gfk.com/fileadmin/user\\_upload/dyna\\_content/RU/Documents/Press\\_Releases/2019/Gf\\_K\\_Rus\\_Internet\\_Audience\\_in\\_Russia\\_2018.pdf](https://www.gfk.com/fileadmin/user_upload/dyna_content/RU/Documents/Press_Releases/2019/Gf_K_Rus_Internet_Audience_in_Russia_2018.pdf)
10. Просторы интернета: для работы или развлечений? / По материалам сайта ВЦИОМ // [Электронный ресурс] / URL: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=9322>
11. Тихонов О. В. Трансформация феномена идентичности в пространстве сети Интернет: дис. ... канд. филос. наук: 09.00.11 / О. В. Тихонов. – Казань, 2013. – 185 с.
12. Топ-10 ресурсов / По материалам сайта Mediascope // [Электронный ресурс] / URL: <https://webindex.mediascope.net/top-resources/projects>
13. Эксперты рассказали, как россияне используют социальные сети / По материалам сайта RUSBASE // [Электронный ресурс] / URL: <https://rb.ru/news/russian-use-social-network/>
14. Internet Users in the World – Mid-Year 2019 / Internet World Stats. // [Электронный ресурс] / URL: <https://www.internetworldstats.com/stats.htm>
15. Internet World Stats: Europe / Internet World Stats. // [Электронный ресурс] / URL: <https://www.internetworldstats.com/europa2.htm#ru>
16. Odnoklassniki.ru / По материалам сайта Mediascope // [Электронный ресурс] / URL: <https://webindex.mediascope.net/report?id=12808>
17. Vk.com / По материалам сайта Mediascope // [Электронный ресурс] / URL: <https://webindex.mediascope.net/report?id=16571>

#### REFERENCES (TRANSLITERATED)

1. Auditorija rossijskogo segmenta interneta v 2019 godu / Po materialam sajta Shopolog. URL: <https://www.shopolog.ru/metodichka/analytics/auditoriya-rossiyskogo-segmenta-interneta-v-2019-godu/>
2. Barinov D. N. Politicheskij diskurs v social'nyh media: specifika proizvodstva i faktory jeffektivnosti. Politika i obshhestvo, 2016. – №6 (138). – S. 755-764. – URL : [https://nbpublish.com/library\\_get\\_pdf.php?id=37451](https://nbpublish.com/library_get_pdf.php?id=37451)
3. Zhizn' bez interneta: raj ili apokalipsis? / Po materialam sajta VCIOM. URL: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=9681>

4. Zhizn' v internete i bez nego / Po materialam sajta VCIOM. URL: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=9024>
5. Internet v Rossii: dinamika proniknovenija. Zima 2017–2018 gg. / Po materialam sajta FOM. URL: <https://fom.ru/SMI-i-internet/13999>
6. Kazhdomu vozrastu – svoi seti / Po materialam sajta VCIOM. URL: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=8936>
7. Obshhaja auditorija Interneta / Po materialam sajta Mediascope. URL: <https://webindex.mediascope.net/general-audience>
8. Pol'zovanie Internetom / Po materialam sajta VCIOM. URL: [https://wciom.ru/news/ratings/polzovanie\\_internetom/](https://wciom.ru/news/ratings/polzovanie_internetom/)
9. Proniknovenie Interneta v Rossii: itogi 2018 goda / Po materialam sajta Gfk. URL: [https://www.gfk.com/fileadmin/user\\_upload/dyna\\_content/RU/Documents/Press\\_Releases/2019/GfK\\_Rus\\_Internet\\_Audience\\_in\\_Russia\\_2018.pdf](https://www.gfk.com/fileadmin/user_upload/dyna_content/RU/Documents/Press_Releases/2019/GfK_Rus_Internet_Audience_in_Russia_2018.pdf)
10. Prostory interneta: dlja raboty ili razvlechenij? / Po materialam sajta VCIOM. URL: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=9322>
11. Tihonov O. V. Transformacija fenomena identichnosti v prostranstve seti Internet: dis. ... kand. filos. nauk: 09.00.11 / O. V. Tihonov. – Kazan', 2013. – 185 s.
12. Top-10 resursov / Po materialam sajta Mediascope. URL: <https://webindex.mediascope.net/top-resources/projects>
13. Jeksperty rasskazali, kak rossijane ispol'zujut social'nye seti / Po materialam sajta RUSBASE. URL: <https://rb.ru/news/russian-use-social-network/>
14. Internet Users in the World – Mid-Year 2019 / Internet World Stats. URL: <https://www.internetworldstats.com/stats.htm>
15. Internet World Stats: Europe / Internet World Stats. URL: <https://www.internetworldstats.com/europa2.htm#ru>
16. Odnoklassniki.ru / Po materialam sajta Mediascope. URL: <https://webindex.mediascope.net/report?id=12808>
17. Vk.com / Po materialam sajta Mediascope. URL: <https://webindex.mediascope.net/report?id=16571>

Поступила в редакцию 18.12.2019.  
Принята к публикации 25.12.2019.

*Для цитирования:*

Тищенко Н.В. Интернет в России: специфика, основные черты, динамика развития // Гуманитарный научный вестник. 2019. №6. С. 29-35. URL: <http://naukavestnik.ru/doc/gv1906Tischenkova.pdf>