

## СОЦИОЛОГИЯ КОММУНИКАЦИЙ

DOI: 10.14515/monitoring.2016.3.10

### Правильная ссылка на статью:

Бродовская Е.В., Домбровская А.Ю., Иванов И.С. Изменение стратегий онлайн-поведения российской интернет-аудитории: результаты сравнительного кластерного анализа (2012–2014 гг.) // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. 2016. № 3. С. 173—187.

### For citation:

Brodovskaya E.V., Dombrovskaya A.Yu., Ivanov I.S. Changing online behavior strategies of the Russian internet users: based on the results of the comparative cluster analysis (2012–2014) // Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes. 2016. № 3. P. 173—187.

### Е. В. Бродовская, А. Ю. Домбровская, И. С. Иванов ИЗМЕНЕНИЕ СТРАТЕГИЙ ОНЛАЙН-ПОВЕДЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ИНТЕРНЕТ-АУДИТОРИИ: РЕЗУЛЬТАТЫ СРАВНИТЕЛЬНОГО КЛАСТЕРНОГО АНАЛИЗА (2012—2014 ГГ.)

ИЗМЕНЕНИЕ СТРАТЕГИЙ ОНЛАЙН-ПОВЕДЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ИНТЕРНЕТ-АУДИТОРИИ: РЕЗУЛЬТАТЫ СРАВНИТЕЛЬНОГО КЛАСТЕРНОГО АНАЛИЗА (2012—2014 ГГ.)

CHANGING ONLINE BEHAVIOR STRATEGIES OF THE RUSSIAN INTERNET USERS: BASED ON THE RESULTS OF THE COMPARATIVE CLUSTER ANALYSIS (2012—2014)

*БРОДОВСКАЯ Елена Викторовна — д-р политических наук, доцент, зав. кафедрой социально-политических исследований и технологий Института истории и политики, научный руководитель лаборатории социального компьютеринга Института перспективных исследований Московского педагогического государственного университета, Москва, Россия.  
E-MAIL: brodovskaya@inbox.ru  
ORCID: 0000-0001-5549-8107*

*Elena V. BRODOVSKAYA<sup>1</sup> — Doctor of Political Sciences, Chair; Scientific Supervisor  
E-MAIL: brodovskaya@inbox.ru  
ORCID: 0000-0001-5549-8107*

*ДОМБРОВСКАЯ Анна Юрьевна — д-р социологических наук, доцент кафедры социально-политических исследований и технологий Института истории и политики, главный научный сотрудник лаборатории социального*

*Anna Yu. DOMBROVSKAYA<sup>1</sup> — Doctor of Social Science, Associate professor, Chair; senior researcher*

<sup>1</sup> Institute of History and Politics; Laboratory for Social Computing, Institute of Prospective Studies, Moscow State Pedagogical University, Moscow, Russia

компьютинга Института перспективных исследований Московского педагогического государственного университета, Москва, Россия.

E-MAIL: [an-doc@yandex.ru](mailto:an-doc@yandex.ru)

ORCID: 0000-0002-2015-2349

ИВАНОВ Илья Сергеевич — старший преподаватель кафедры социально-политических исследований и технологий Института истории и политики Московского педагогического государственного университета, Москва, Россия.

E-MAIL: [p.pro@bk.ru](mailto:p.pro@bk.ru)

ORCID: 0000-0002-9987-1126

**Аннотация.** Представлены результаты сопоставительного кластерного анализа тенденций в формировании стратегий применения интернета в России по результатам массового опроса в 2012 и 2014 гг. Методология исследования основана на сравнительном анализе методик российских и зарубежных исследователей интернет-пространства и единой для национальных команд Мирового Интернет-проекта методологии выявления тенденций интернет-коммуникации. Выделены пять типов стратегий использования интернета: «Человек цифровой», характеризующийся рассмотрением глобальной электронной сети как жизненной среды и инструмента социальной активности; «Человек прагматичный», для которого свойственно исключительно функциональное использование интернета; «Человек развлекающийся» — как стратегия использования глобальной сети для досуговой деятельности и неформального общения; «Человек традиционный», отличающийся рассмотрением интернета как второстепенного источника информации;

E-MAIL: [an-doc@yandex.ru](mailto:an-doc@yandex.ru)

ORCID: 0000-0002-2015-2349

Ilya S. IVANOV<sup>2</sup> — senior lecturer, Chair of Social and Political Studies and Technologies

E-MAIL: [p.pro@bk.ru](mailto:p.pro@bk.ru)

ORCID: 0000-0002-9987-1126

<sup>2</sup> Institute of History and Politics, Moscow State Pedagogical University, Moscow, Russia

**Abstract.** The article presents the results of the comparative cluster analysis of tendencies in the formation of Internet profiles in Russia using the results of mass survey conducted in 2012 and 2014. The methodology is based on the comparative analysis of different methods proposed by national and international scientists studying the Internet space as well as on special method common for the national teams of the World Internet Project. The authors defines five types of Internet profiles in Russian society: “Homo digital” who considers the global electronic network as a vital environment and a tool to boost social activity; “Homo pragmatic” who highlights the Internet functional use; “Homo entertainment” whose online strategy is to use the Worldwide network as a source of leisure activities and informal communication; “Homo traditional” who considers the Internet as a minor source of information and “Homo non digital” who refrains from using the global electronic network. The paper describes the dynamics of various Internet profiles of the Russian society in 2012 and 2014.

«Человек не цифровой» — тип стратегий, связанный с отказом от пользования глобальной электронной сетью. Описана динамика долевого представительства различных кластеров, реализующих разные типы стратегий применения интернета в российском обществе в 2012—2014 гг. Предложены объяснительные модели изменения этих стратегий в анализируемый период. Статья содержит также данные типологического анализа характеристик онлайн-стратегий российских пользователей.

**Ключевые слова:** интернет-коммуникация, стратегия использования интернета, сравнительный кластерный анализ, социальные профили использования интернета

**Благодарность.** Исследование финансировалось Министерством образования и науки Российской Федерации в рамках реализации государственного задания «Выявление закономерностей взаимосвязи развития политических систем и интернет-коммуникации» на 2014—2016 гг. Код государственного задания 2816. Благодарим первого проректора Московского педагогического государственного университета Владимира Дмитриевича Нечаева и младшего научного сотрудника лаборатории социального компьютеринга Института перспективных исследований Московского педагогического государственного университета Алексея Викторовича Синякова за оказание идейной поддержки и неоценимой помощи в процессе написания работы.

The authors also provide an analysis of explanatory models of Russian online strategies.

**Keywords:** Internet communication, Internet use strategies, comparative cluster analysis, Internet use social profiles

**Acknowledgement.** The study was financed by the Ministry of Education and Science of the Russia Federation within the framework of the state task titled “Identifying the relationship between the development of political systems and Internet communications” in 2014—2016; state task code is 2816.

## Введение

Исследователи, принадлежащие к стану т. н. «кибероптимистов», признают, что поведение людей в интернете — значимый индикатор широкого ряда социальных явлений и процессов, среди которых: стратифицированность общества, открытость политической системы, конгруэнтность ценностных ориентаций и стратегий поведения в офлайн- и онлайн-средах и др. Например, аналитики интернет-корпорации Google Дж. Коэн и Э. Шмидт добавляют к традиционным (экономическим, геополитическим и т. п.) критериям дифференциации стран доступ к глобальной сети, разделяя человечество на тех, кто уже вошел в «сетевой клуб», и тех, кто еще стремится стать его членами [Коэн, Шмидт, 2013]. Большинство современных систем индексирования развития информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) также исходят из принципа измерения величины национальных интернет-аудиторий: World Internet Stats, World Wide Web Foundation, International Telecommunication Union и др. [World Wide Web Foundation, 2012], [Международный союз электросвязи, 2013]. Воздействие глобальной сети на открытость и демократичность современных политических систем находится в центре внимания известных исследований ООН [Рейтинг стран мира по уровню развития электронного правительства 2014 г.] и Всемирного Экономического Форума [Индекс сетевой готовности 2014 г.].

Представитель Американского института поведенческих исследований и технологий Р. Эпштейн в результате серии эмпирических исследований выявил «эффект SEME», свидетельствующий о значительном влиянии интернета на электоральные процессы, вплоть до контроля над сознанием избирателей [Эпштейн, 2016]. Идея «умной толпы» [Рейнгольд, 2006] получила новое развитие в концепции эволюции человека и человеческого мозга профессора Университета Бристоля Б. Худа [Hood, 2014]: с его точки зрения, социальные сети усиливают эффекты перехода человечества к более коллективному мышлению.

Отечественный опыт изучения социальных и политических эффектов, связанных с развитием интернета, также существенен: методологические основы исследования раскрываются в работах И. Ф. Девятко [Девятко, 2010], И. В. Мирошниченко [Мирошниченко, 2009]; проблемы формирования электронного правительства и развития электронного участия анализируются А. Н. Куликом [Кулик, 2008], А. Ю. Сунгуровым и Ю. А. Кабановым [Кабанов, Сунгуров, 2015: 61—72], А. В. Чугуновым [Мясников, Чугунов, 2016], Р. В. Болговым [Болгов, 2015]; влияние интернет-коммуникации на электоральные процессы затрагивается в трудах Д. В. Чижова [Чижов, 2015], С. С. Малиновского [Малиновский, 2013], А. Н. Балашова [Меркулов, Балашов, 2015]; анализ, сценирование и прогнозирование социальных конфликтов по цифровым следам разрабатывают Е. Ю. Кольцова и С. Н. Кольцов [Koltsov, Koltsova, 2014], А. Л. Тулупьев, М. В. Абрамов и А. А. Фильченков [Абрамов, Тулупьев, Фильченков, 2015]; информационные и гибридные войны находятся в центре интеллектуального поиска А. В. Манойло [Манойло, 2015], С. В. Володенкова [Володенков, 2015], Т. В. Евгеньевой [Евгеньева, 2015]; различные аспекты поведения пользователей в социальных сетях исследуют В. Л. Римский [Римский, 2013], Т. В. Тулупьева [Тулупьева, 2015], А. Ю. Бубнов [Бубнов, 2015] и др.

Большинство исследователей сходятся во мнении о том, что поведение людей в интернете — это разновидность социального поведения. Открытыми остаются вопросы: является ли онлайн-поведение маркером ценностных ориентаций и жизненных стратегий пользователя в реальном пространстве; какие онлайн-стратегии доминируют в национальной интернет-аудитории; какое влияние они оказывают на социальные и политические процессы?

Поиск ответов на вопросы, связанные с определением специфики российской национальной интернет-аудитории, ее количественных и качественных характеристик, требует международной коллаборации исследователей и возможностей для мониторинга ситуации. В 2012 г. и 2014 г. исследовательским коллективом лаборатории социального компьютеринга Института перспективных исследований (ряд ученых которого представляют Российскую Федерацию в Мировом Интернет-проекте [World Internet Project, 2016]) в партнерстве со ВЦИОМ был осуществлен анализ основных тенденций развития интернет-аудитории в России, который показал:

- существенное замедление роста российской интернет-аудитории (одной из наиболее крупных в Европе, в настоящее время — около 90 млн чел.);
- ощутимые структурные изменения в составе пользователей, связанные с «взрослением» российской интернет-аудитории, постепенным расширением возрастного сегмента пользователей;
- нарастание прагматизма онлайн-поведения россиян, выражающееся в изменении содержания и интенсивности потребления интернет-контента;
- усиление политизации настроений российских пользователей, «отзеркаливающих» актуальную повестку дня [Бродовская, 2014].

Обозначенные тенденции носят общий характер, но важны для понимания контекста, в котором формируются стратегии поведения россиян в интернете. Для выделения типов стратегий онлайн-поведения использовался кластерный анализ данных массового опроса (2012—2014 гг.), направленный, во-первых, на выявление удельного веса различных социальных групп, характеризующихся общностью онлайн-поведения, а во-вторых, на содержательное описание этих стратегий.

### **Особенности сравнительного кластерного анализа данных массового опроса**

Исследование базировалось на методологии и методике Мирового Интернет-проекта (World Internet Project) — международной исследовательской организации, объединяющей ученых из 50 стран, которые по единой методике осуществляют массовые опросы, фиксирующие изменения в содержании, структуре и динамике интернет-коммуникации. Для обработки данных опроса и выделения типов стратегий онлайн-поведения использовался метод *k*-средних (пакет статистической обработки данных SPSS for Windows 18.0). В соответствии с сущностью метода применялись переменные с интервальными и порядковыми шкалами, позволяющими выявить похожесть объектов.

Ниже приведены кластеризующие переменные, которые раскрывают поведенческий аспект пользования глобальной сетью:

1. интенсивность использования интернета:
  - дома (в неделю);
  - на работе (в неделю);
  - в учебных заведениях (в неделю);
  - где-либо еще (в неделю);
2. интенсивность использования:
  - беспроводных мобильных устройств для выхода в интернет;
  - электронной почты;
3. наличие опыта использования беспроводных мобильных устройств для выхода в интернет;
4. интенсивность:
  - общения в чатах;
  - осуществления телефонных звонков через интернет;
  - наполнения контентом своего блога;
  - размещения своих фотографий или картинок в интернете;
  - обновления своего статуса в социальной сети;
  - комментарийной активности;
  - поиска в интернете информации, связанной с путешествиями;
  - поиска в интернете информации о новой работе;
  - чтения/поиска в интернете шуток, юмористического контента;
  - поиска в интернете информации, связанной со здоровьем;
  - участия в играх в интернете;
  - совершения покупок в интернете;
  - бронирования услуг онлайн;
  - оплаты счетов онлайн;
  - использования онлайн-услуг банков;
  - совершения инвестиций в акции/облигации/фонды через интернет;
  - поиска определения термина/понятия в интернете;
  - поиска информации о конкретном факте;
  - поиска информации, связанной с образованием;
  - дистанционного обучения.

Для осуществления процедуры выявления схожести объектов и определения типов стратегий онлайн-поведения произведено преобразование отобранных переменных.

1. Блок вопросов о продолжительности использования интернета в различных местах (дома, на работе, на учебе и т. д.) был усреднен в новой переменной «Интенсивность пользования глобальной сетью». Это, с одной стороны, позволило нивелировать различие, обусловленное основной занятостью респондентов: учеба, трудовая деятельность, домохозяйство, а с другой — выделить именно интенсивность использования интернета.

2. В блоке вопросов об интенсивности использования различных способов выхода в интернет и опыте применения мобильного интернета вариант ответа «затрудняюсь ответить» по смыслу соответствует варианту ответа «не использую данный способ».

3. Проведена Z-стандартизация всех отобранных переменных.

## Типология стратегий онлайн-поведения россиян

Прежде всего перед нами стояла задача интерпретации базовых понятий исследований. Следовательно, необходимо было определиться с тем, что мы, собственно, типологизируем: интернет-культуры, профили или стратегии онлайн-поведения. Термин «интернет-культура» использовал в своей типологизации профессор Института интернета Университета в Оксфорде Г. У. Бланк (до 2014 г. — лидер национальной исследовательской команды Мирового Интернет-проекта в Великобритании). Он выделил пять типов интернет-культур, свойственных жителям Великобритании: *интернет-одержимые (e-Mersives)*, *техно-прагматики (Techno-pragmatist)*, *кибер-продвинутые (Cyber-savvy)* и *предпочитающие традиционные источники информации и коммуникации (Cyber-moderates)* [Dutton, Blank, 2014]. Тем не менее, воспользоваться данной категорией, равно как и методикой предложенного типологического анализа, для изучения интернет-аудитории в России не представляется возможным в силу двух основных причин. Во-первых, термин «интернет-культура» корректно употреблять, на наш взгляд, лишь в отношении традиционных («старых») и устоявшихся интернет-аудиторий, входящих, с точки зрения развития ИКТ, в лидерскую группу (стран Северной Америки, Северной Европы, Австралии и др.). Во-вторых, основным критерием дифференциации пользователей в типологии Г. У. Бланка выступает степень интенсивности использования интернета.

Термин «профиль пользователя» предполагает изучение целого комплекса психологических особенностей личности (ценностей, установок, системы идентичностей и т. д.). Для решения этой задачи необходимо, на наш взгляд, достраивание эмпирической модели исследования благодаря реализации качественной стратегии и применения больших данных [Nechaev, 2015].

Мы решили использовать термин «стратегии онлайн-поведения», поскольку российскую интернет-аудиторию следует отнести к разряду «молодых», не устоявшихся национальных аудиторий пользователей (ее крайне интенсивный рост достиг пика в 2000-х гг., а в исследуемый период 2012—2014 гг. приостановился). Кроме того, мы ориентировались преимущественно на количественную стратегию исследования.

Учитывая опыт ранее предпринятых попыток типологизировать онлайн-поведение российских пользователей («Партия интернета» и «Партия ТВ») [Nechaev, 2014], а также пять типов, выделенных в процессе кросс-национального сравнительного анализа онлайн-поведения пользователей 12 стран [Nechaev, 2015], нами были определены три основных критерия типологизации:

- 1) интенсивность участия пользователя в интернет-коммуникации;
- 2) масштаб интернет-коммуникации пользователя (ролевой, языковой и пр.);
- 3) преимущественно потребляемый интернет-контент.

В результате были выделены 5 типов онлайн-стратегий: «Человек цифровой» (воспринимающий интернет как жизненное пространство и потребляющий все типы интернет-контента), «Человек развлекающийся» (интенсивно потребляющий развлекательный интернет-контент), «Человек прагматичный» (умеренно использующий возможности глобальной сети в функциональных целях), «Человек традиционный» (рассматривающий интернет как второстепенный источник ин-

формации и канал коммуникации), «Человек не цифровой» (непользователь) [Бродовская, 2014].

Применение трех критериев для типологизации стратегий онлайн-поведения пользователей позволило отчасти нивелировать их общий характер и связанные с ним методологические ограничения в исследовании, а также выделить 21 подтип стратегий поведения россиян в глобальной сети (табл. 1—3).

Таблица 1. Матрица типологического анализа 1

	Неограниченный масштаб ИК	Частично ограниченный масштаб ИК	Ограниченный масштаб ИК
Высокий уровень интенсивности участия в ИК	A 1.1.	A 1.2.	A 1.3.
Средний уровень интенсивности участия в ИК	A 2.1.	A 2.2.	A 2.3.
Низкий уровень интенсивности участия в ИК	A 3.1.	A 3.2.	A 3.3.

Таблица 2. Матрица типологического анализа 2

	Прагматический	Развлекательный
Высокий уровень интенсивности участия в ИК	AB 1.1.	AB 1.2.
Средний уровень интенсивности участия в ИК	AB 2.1.	AB 2.2.
Низкий уровень интенсивности участия в ИК	AB 3.1.	AB 3.2.

Таблица 3. Матрица типологического анализа 3

	Прагматический	Развлекательный
Неограниченный масштаб ИК	ABC 1.1.	ABC 1.2.
Частично ограниченный масштаб ИК	ABC 2.1.	ABC 2.2.
Ограниченный масштаб ИК	ABC 3.1.	ABC 3.2.

Детализация выделенных подтипов представляет собой отдельную задачу. В настоящем исследовании сопоставлены результаты распределения базовых типов стратегий использования интернета в России в 2012 и 2014 гг. (табл. 4).

Таблица 4. Распределение базовых типов стратегий использования интернета в России в 2012 и 2014 гг., %

Тип стратегий	2012 г.	2014 г.
«Человек цифровой»	5,9	5,8
«Человек развлекающийся»	33,4	24,2
«Человек прагматичный»	4,4	17,0
«Человек традиционный»	23,9	19,5
«Человек не цифровой»	32,4	33,4
Итого	100	100



Проанализируем содержательные характеристики выявленных стратегий использования интернета в порядке их долевого представительства в структуре пользования глобальной сетью в России в 2014 г.

**1. «Человек развлекающийся»** — наиболее распространенный тип стратегий использования интернета, реализуемых российскими пользователями. Эта стратегия, несмотря на существенное снижение представительства в структуре населения России в 2014 г. по сравнению с 2012 г. (на 9,2%), остается доминирующей в России (табл. 4). Ее типичные представители — лица 18—34 лет, имеющие или получающие высшее образование, чаще всего холостые (незамужние). Россияне, реализующие данный тип стратегий, в среднем чаще, чем другие, пользуются интернетом вне дома так же интенсивно, как в домашних условиях, и, как правило, используют для этого мобильный телефон или планшет, что позволяет оставаться онлайн постоянно.

Доминирующие мотивы пользования глобальной сетью для представителей рассматриваемого типа — развлечение и неформальное онлайн-общение. Этим определяются содержательные характеристики их поведения в сети. В частности, представители анализируемого типа регулярно (от нескольких раз в неделю до ежедневной практики) производят следующие действия в интернете: проверяют/отправляют почтовые и мгновенные сообщения, размещают свой контент (фото, видео), читают блоги, занимаются поиском юмористического контента, играют в онлайн-игры, загружают музыку, видео, фильмы. Среди представителей этого типа существенно чаще встречаются те, кто пользуется социальными сетями несколько раз в день. Информационное поведение «Человека развлекающегося» практически полностью замыкается на использовании глобальной сети; интернет рассматривается представителями этого типа как главный источник информации и главное средство развлечения и общения.

Представители рассматриваемого типа позитивно относятся к интернету как средству реализации политической субъектности, выражая уверенность в том, что пользование глобальной сетью дает больше возможностей для реализации политических прав и свобод, обсуждения действий правительства, позволяет лучше понимать действия политиков. Однако эта уверенность сочетается у них с аполитичностью и лояльностью к возможности усиления контроля со стороны власти над содержанием сетевого контента, а также ориентированностью, главным образом, на досуговую деятельность в интернете.

**2. «Человек традиционный»** — второй по распространенности в среде российских интернет-пользователей тип стратегий онлайн-поведения. Социально-демографические признаки данного типа: лица 45—59 лет, имеющие среднее специальное образование. Их стратегия использования интернета характеризуется нерегулярностью и спорадичностью. Люди, относящиеся к анализируемому кластеру, используют интернет в основном дома, что связано с двумя обстоятельствами: предпочтением домашнего компьютера для выхода в интернет и возможностью получить дома консультативную помощь от более молодых членов семьи.

Устойчивых интересов в интернете у «Человека традиционного» нет. В среднем несколько раз в месяц представители данного типа пользуются электронной

почтой, социальными сетями, осуществляют поиск необходимой информации; интернет рассматривается ими как второстепенный источник информации и дополнительное средство коммуникации; они не принадлежат к т. н. «партии телевизора» и предпочитают непосредственное общение. Пространство глобальной сети слабо освоено представителями анализируемого типа, и ее возможности осознаются ими не в полной мере; они готовы согласиться с тем, что интернет позволяет лучше понимать действия политиков. Данный тип стратегий использования интернета характерен преимущественно для той части старшей возрастной группы россиян, которая мало зависит от глобальной сети и использует ее как второстепенный канал коммуникации и дополнительный, ситуационный источник информации. С 2012 г. по 2014 г. доля представителей этого кластера немного уменьшилась (на 4,4%): эту стратегию реализует каждый пятый россиянин.

**3. «Человек прагматичный»** — тип стратегий использования интернета, ориентированный на функциональное использование глобальной сети — как средства зарабатывания денег или в профессиональных интересах. За период с 2012 г. по 2014 г. в России более, чем втрое, увеличилось число пользователей-«прагматиков», что свидетельствует о постепенном освоении гражданами нашей страны (в первую очередь, феминной гендерной группой в возрасте 35—59 лет) функциональных возможностей интернета в реализации своих профессиональных интересов. Около двух третей представителей анализируемого кластера — женщины (66,5%), около половины «прагматиков» — в возрасте 35—59 лет (57,2%), более трети имеют неоконченное высшее или высшее образование (35,8%). Чаще всего «прагматики» пользуются интернетом дома или на работе и применяют для соединения с глобальной сетью компьютер, реже — телефон или планшет. Их довольно редко интересует развлекательный контент или социальные сети, они ориентированы на поиск информации, необходимой для работы, профессиональной коммуникации. Для этого типа характерно рассмотрение глобальной сети и телевидения как одинаково значимых источников информации и средств развлечения. Вместе с тем, в среднем интенсивность пользования данными средствами массовой информации не превышает 4 часов в день (для сравнения, «Человек развлекающийся» тратит на пользование интернетом до 12 часов в день). Представители данного типа составляют умеренную (с точки зрения уровня интенсивности интернет-коммуникации) аудиторию интернета и телевидения. «Прагматики» слабо реализуют в глобальной сети как потребительскую активность (чаще всего, по причине недоверия к электронным финансовым операциям), так и политическую субъектность.

**4. «Человек цифровой»** — тип пользователей, для которых интернет является средой обитания и жизненным пространством. Число представителей данного кластера в России весьма незначительно по сравнению с аналогичным показателем в других странах. Например, по результатам сравнительных исследований в рамках Мирового Интернет-проекта, доля рассматриваемого типа стратегий использования интернета составляет в Китае 18,1% [Бродовская, 2014], а в европейских странах превышает десятипроцентный барьер [Бродовская, 2014]. Константным

за период 2012—2014 гг. остается число россиян, придерживающихся данной стратегии: ниже шести процентов как в 2012 г., так и в 2014 г. (табл. 4).

Социально-демографический портрет представителей этого кластера очерчен довольно четко: лица 18—24 лет, получающие высшее образование и не состоящие в браке. Фактически представители выделенного типа осуществляют социальную активность виртуально, в киберпространстве. Общение, поиск информации, зарабатывание денег, покупка товаров и услуг, реализация политической субъектности и прочие действия «Человек цифровой» осуществляет онлайн и может пользоваться интернетом в среднем до 16 часов в сутки. «Человек цифровой» применяет все ресурсы и возможности глобальной сети значительно интенсивнее, чем другие пользователи. Отличительная черта представителей данного кластера — ориентация на создание интернет-контента, причем его наполнение они не ограничивают размещением фото и видео (как в случае с «Человеком развлекающимся»): их деятельность, связанная с созданием контента глобальной сети, может включать разработку сайтов, блогов, прочих интернет-ресурсов. Пользователи, представляющие этот тип стратегий — не только творцы содержания глобальной сети, но и т. н. «интернет-фанатики», «интернет-одержимые» (терминология Г. У. Бланка). Они признают высокую значимость интернета, в том числе как средства реализации политической субъектности, осознают большие возможности политического участия онлайн, размещают собственные политические комментарии и создают авторские форумы и другие площадки для обсуждения политических проблем.

**5. «Человек не цифровой»** — не пользующийся интернетом. Россияне-непользователи составляют треть населения страны, среди них преобладают старшие возрастные группы, что свидетельствует о возрасте как ведущем социально-демографическом факторе, влияющем на интенсивность и сам факт пользования глобальной сетью в России. В течение двух лет (2012—2014) в России число непользователей было константным. В сопоставлении с населением других стран по числу непользователей у России — достаточно выгодные позиции. Гораздо больше жителей, не пользующихся интернетом, в странах Азиатско-Тихоокеанского региона, Южной Америки и Африки. Однако в сопоставлении с США и Европой российских непользователей в среднем вдвое больше [World Internet Project, 2016]. Социально-демографические факторы отказа от применения интернета в России: гендер (56,3% российских женщин — непользователи) и возраст (80,6% россиян старше 60 лет самоисключены из интернет-коммуникации).

## Выводы

Развитие российской интернет-аудитории на протяжении 2012—2014 гг. представляет интересный пример внутренней динамики при достижении пределов роста числа пользователей интернета. Изменения касаются, прежде всего, структуры пользователей, которая становится более возрастной по составу и, как следствие, более прагматичной с точки зрения стратегий онлайн-поведения. В дальнейшем расширение национальной интернет-аудитории (до параметров,

например, Скандинавских стран) потребует преодоления социально-экономических проблем и целенаправленных институциональных усилий, связанных, в первую очередь, с развитием коммуникативной инфраструктуры, нынешнее состояние которой ограничивает онлайн-активность ряда федеральных округов России. Важным условием этого будет уровень «сетевой готовности» социальных и политических акторов.

При этом в современной России пока не просматриваются политические предпосылки для продолжения роста интернет-аудитории и ее дальнейшей прагматизации. В условиях слабой динамики развития политической системы и малой вероятности наступления «левого» или «правого» поворотов, по результатам настоящего электорального цикла, политические факторы, скорее всего, не будут играть ведущую роль в развитии национальной интернет-аудитории даже на фоне усиливающейся борьбы политических акторов за лояльность россиян в онлайн-пространстве.

В современных социально-экономических и политических условиях импульсы роста и качественного изменения национальной интернет-аудитории в России связаны, на наш взгляд, с развитием интернет-экономики. Позитивным примером является, в частности, Фонд развития интернет-инициатив, системно формирующий интернет-культуру прагматизма и выступающий в качестве крупнейшего акселератора развития IT-бизнеса в нашей стране [Фонд развития интернет-инициатив, 2016].

Помимо бизнес-составляющей, точки роста интернет-аудитории в России в ближайшие 5 лет будут связаны, по нашему мнению, с развитием т. н. «гражданских» функций интернета. Расширяющийся кластер «прагматиков» рано или поздно освоит электронные инструменты социальной самоорганизации, аккумуляции ресурсов, оказания влияния на политических акторов. Несмотря на фактическое отсутствие институтов, направленных на поддержку социальной активности в онлайн-пространстве и формирование команд, продуцирующих социальные интернет-проекты (усилий Общественной Палаты РФ явно недостаточно), мы предполагаем, что в сложившихся социально-экономических и политических условиях данный вид онлайн-активности россиян получит развитие в среднесрочной перспективе.

Число пользователей интернета, при определенных условиях, будет расти (примерно на 10—15%), изменения в структуре базовых типов стратегий онлайн-поведения россиян демонстрируют существенную динамику, — следовательно, жители России еще долго будут оставаться «молодой» и неустоявшейся национальной интернет-аудиторией. Ее особенности одновременно соединяют новые возможности и нарастающие риски развития ИКТ. С одной стороны, в процессе формирования интернет-аудиторий происходит своего рода селекция и структурирование наиболее адекватных для сложившегося социального и политического порядка типов стратегий онлайн-поведения. С другой стороны, «молодые» интернет-аудитории являются наиболее уязвимыми, ведомыми, манипулируемыми [Козн, Шмидт, 2013]. С этой точки зрения, расширение кластера интернет-«прагматиков» в России может рассматриваться как начало долгого и сложного процесса перехода национальной интернет-аудитории к более устойчивому состоянию.

## Список литературы

Абрамов М. В., Тулупьев А. Л., Фильченков А. А. Модели распространения информационных сообщений // Научная сессия НИЯУ МИФИ 2015. М., 2015. С. 125—137.

Болгов Р. В. и др. Развитие информационного общества в странах Таможенного союза: правовые аспекты // Управленческое консультирование. 2015. № 1(73). С. 41—50.

Бродовская Е. В., Домбровская А. Ю. Стратегии пользования глобальной электронной сетью и национальный менталитет россиян и китайцев: результаты сравнительного кластерного анализа [Электронный ресурс] // Современные проблемы науки и образования. 2014. № 5. URL: <http://www.science-education.ru/ru/article/view?id=15115> (дата обращения: 09.03.2016).

Бродовская Е. В., Домбровская А. Ю. Профили пользователей интернета и национальный менталитет в России и Швеции: результаты сравнительного кластерного анализа // Фундаментальные исследования. 2014. № 11 (ч. 3). С. 661—664.

Бубнов А. Ю. Идеологическая карта российского сегмента интернета (на примере классификации националистических сообществ в социальных сетях // Система ценностей современного общества. 2015. № 41. С. 108—112.

Володенков С. В. Медиапространство в системе современного политического управления массовым сознанием // Вестник Российской нации. 2015. Т. 6. № 6(44). С. 156—163.

Всероссийский центр изучения общественного мнения [Электронный ресурс]. URL: <http://wciom.ru> (дата обращения: 03.03.2016).

Девятко И. Ф. Методы социологического исследования. М.: Университет, 2010.

Евгеньева Т. В., Селезнева А. В., Манойло А. В. Психология управления массовым политическим сознанием и поведением. М.: Известия, 2015.

Индекс сетевой готовности 2014 г. [Электронный ресурс] // Центр гуманитарных технологий — 24.04.2014. URL: <http://gtmarket.ru/news/2014/04/24/6750> (дата обращения: 09.03.2016).

Кабанов Ю. А., Сунгуров А. Ю. Региональные «электронные правительства» в России: институциональные и ресурсные ограничения // Государство и граждане в электронной среде: теория и технологии исследований. СПб.: Университет ИТМО, 2015. С. 61—72.

Козн Дж., Шмидт Э. Новый цифровой мир. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013.

Кулик А. Н. «Электронное государство» как вызов для отечественной политической науки // Политическое управление и публичная политика XXI века: государство, общество и политические элиты / ред. О. В. Гаман-Голутвина (отв. ред.) и др. М.: Российская ассоциация политической науки (РАПН): Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН), 2008. С. 346—364.

*Малиновский С. С.* Политическая коммуникация в Рунете как фактор российского политического процесса : автореф. дис. ... канд. полит. н. М., 2013. С. 12—13.

*Манойло А. В.* Цветные революции и технологии демонтажа политических режимов // *Мировая политика*. 2015. № 1. С. 1—19.

*Международный союз электросвязи:* Индекс развития информационно-коммуникационных технологий в странах мира в 2013 г. [Электронный ресурс] // Центр гуманитарных технологий — 08.10.2013. URL: <http://gtmarket.ru/news/2013/10/08/6296> (дата обращения: 09.03.2016)

*Меркулов П. А., Балашов А. Н.* Интернет-сообщества политических партий: сравнительный анализ российских и зарубежных практик // *Вестник Поволжского института управления*. 2015. № 3(48). С. 18—25.

*Мирошниченко И. В.* Социальные сети в российской публичной политике : автореферат дис. ... д-ра политических наук: 23.00.02. М. : МГУ им. М. В. Ломоносова, 2013.

*Мясников Ю. Г., Чугунов А. В.* Электронное участие в ЕАЭС: концептуализация мониторингового исследования в контексте целей ООН в области устойчивого развития // *Евразийский юридический журнал*. 2016. № 1(92). С. 314—318.

*Римский В. Л.* Гражданское и политическое в социальных сетях Рунета // *Политическая наука*. 2013. № 1. С. 192—208.

*Рейнгольд Г.* Умная толпа: новая социальная революция. М. : ФАИР ПРЕСС, 2006.

*Рейтинг развития интернета в странах мира в 2012 г. (исследование World Wide Web Foundation)* [Электронный ресурс] // Центр гуманитарных технологий — 12.09.2012. URL: <http://gtmarket.ru/news/2012/09/12/4968> (дата обращения: 09.03.2016).

*Рейтинг стран мира по уровню развития электронного правительства 2014 г. (исследование ООН)* [Электронный ресурс] // Центр гуманитарных технологий — 26.06.2014. URL: <http://gtmarket.ru/news/2014/06/26/6835> (дата обращения: 09.03.2016).

*Рейтинг стран мира по уровню свободы интернета 2013 г. (исследование Freedom House)* [Электронный ресурс] // Центр гуманитарных технологий — 03.10.2013. URL: <http://gtmarket.ru/news/2013/10/03/6283> (дата обращения 09.03.2016)

*Тулупьева Т. В.* Поведение молодежи в социальных сетях // *Психолого-педагогические проблемы девиантного поведения личности: исследования, профилактика, преодоление*. Мат. междунар. науч. — практ. конф. Псков, 2015. С. 157—166.

*Фонд развития интернет-инициатив* [Электронный ресурс]. URL: <http://www.iidf.ru> (дата обращения: 09.03.2016).

*Чижов Д. В.* Интернет-коммуникации политических партий: типологические черты и инструменты // *Информационное общество*. 2015. № 4. С. 46—61.

Эпштейн Р. Сознание под контролем [Электронный ресурс] // ИноСМИ. URL: <https://inosmi.ru/science/20160228/235560125.html> (дата обращения: 09.03.2016).

Dutton W., Blank G. Cultures of the Internet: Five Clusters of Attitudes and Beliefs among Users in Britain — OII Working Paper. Oxford : Internet Surveys (OxIS) Project, 2014. P. 54—67.

Hood B. The Domesticated Brain (A Pelican Introduction). Penguin Books, 2014.

Koltsov S., Koltsova O., Nikolenko S. I. Latent Dirichlet Allocation : Stability and Applications to Studies of User-Generated content // Proceedings of WebSci '14 ACM Web Science Conference, Bloomington, IN, USA June 23—26, 2014. N. Y. : ACM, 2014. P. 161—165.

Nechaev V., Brodovskaya E., Dombrovskaya A. The national profiles of Internet-communication: the results of cross-national cluster analysis // European Journal of Science and Theology. 2015. 3(11). P. 125—130.

Nechaev V., Brodovskaya E., Dombrovskaya A. Spiritual orientations of Russians in the era of the Internet (the results of national sociological research) // European Journal of Science and Theology. 2015. 3(11). P. 225—236.

Nechaev V., Brodovskaya E., Dombrovskaya A. Perception of political subjectivity on the Internet: results of the cross-national cluster analysis in the USA, United Kingdom, Mexico, Sweden, Russia, China, The Republic of South Africa // 031-ASS Asian Social Science — Canada. 2015. 7(11). P. 269—277.

Nechaev V., Brodovskaya E., Kaira Yu., Dombrovskaya A. Classification of Russian Internet users: preliminary results of cluster analysis // Life Science Journal. 2014. № 11(12). P. 330—335.

World Internet Project [Электронный ресурс]. URL: <http://www.worldinternetproject.net/#news> (дата обращения: 09.03.2016).