

**5th the International Conference  
on Science and Technology 2015**

**Brodovskaya E.V., Dombrovskaya A.Yu., Ivanov I.S.**

**THE INTERNET-USAGE PROFILES  
IN RUSSIA IN 2012-2014: THE  
RESULTS OF THE COMPARATIVE  
CLUSTER ANALYSIS**

**Brodovskaya E.V., Russia, Doctor of political science,  
Scientific director of Institute for High Hume technologies in  
Social computing Sholokhov Moscow state University for the  
Humanities**

**Dombrovskaya A.Yu., Russia, Candidate of sociological  
science, Head of laboratory "Internet Sociology" of the Institute  
for High Hume technologies in Social computing Sholokhov  
Moscow state University for the Humanities**

**Ivanov I.S., Russia, PhD student Sholokhov Moscow state  
University for the Humanities**

**Abstract**

The article presents the results of the comparative cluster analysis of tendencies of formation of Internet profiles in Russia by results of mass poll in 2012, 2014. The authors defined five types of Internet profiles in Russian society: "Human digital", characterized by consideration of a global electronic network as vital environment and tool of social activity; " Human pragmatic" for which exclusively functional use of the Internet is peculiar; " Human entertain" as strategy of use of the Worldwide electronic network as means of leisure activity and informal communication; "Human traditional", differing in consideration of the Internet as minor source of information and " Human non digital" connected with refusal of use of a global electronic network. The paper described dynamics of representation of various Internet profiles of the Russian society in 2012 - 2014; the authors offered the explanatory models of change of strategy of Internet behavior of Russians.

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

С появлением феномена киберпространства внимание социологов привлекло изучение характеристик поведения

**5th the International Conference  
on Science and Technology 2015**

людей в Интернете. Такой интерес объясняется, как стабильным ростом Интернет-аудитории в нашей стране, так и тем, что поведение людей в Интернете, являясь разновидностью социального поведения, служит маркером их ценностных установок и жизненных стратегий. Наиболее интенсивно виртуальное пространство изучается западными исследователями. Среди них Г. Ален Г. [3], Б. Барбер [4], Б. Блимбер [5], Бланк Г. [10], Ф. Кейнкрос [6], С. Кларк [7], М. Кастельс [8], С. Колерман [9], Э. Энциони [11], П. Норрис [12], М. Постер [13], Х. Рэйнольд [14], С. Вард [15], Л. Вебер [16].

Поведение людей в Интернете является индикатором довольно широкого ряда социальных явлений и процессов: уровня стратифицированности общества по признаку доступа в глобальную сеть, доминирующих факторов – барьеров Интернет-вовлеченности, степени развития телекоммуникационных технологий в стране, степени открытости политической системы, мотивов пользования Всемирной паутиной, основных информационных интересов и установок в сфере досуговой деятельности. Такие стратегии пользования Интернетом, в которых отражаются социальные установки и потребности людей, мы называем Стратегией использования Интернета ами. Их выделение и описание является основой кластеризации населения по специфике пользования глобальной электронной сетью. Кластеризация россиян по типам реализуемых ими стратегий применения Интернета позволит выявить удельный вес социальных групп, характеризующихся определенным профилем поведения в киберпространстве и содержательно описать эти стратегии.

Методологической основой исследования служит методология World Internet Project (WIP, «Мировой Интернет Проект»), - международной исследовательской организации, объединяющей ученых из 50 стран, по единой методике осуществляющих массовые опросы, фиксирующие изменения в динамике, содержании и структуре Интернет-коммуникации [17]. Базой проведения исследования WIP в России (2012 – по н.в.) является Институт гуманитарных технологий в сфере социального компьютеринга (Institute for High-Hume Technologies in Social Computing) [1], [2]. Московского государственного гуманитарного университета им. М. А. Шолохова. В 2012 г. и

### 5th the International Conference on Science and Technology 2015

2014 г. коллектив Института осуществил замеры тенденций Интернет-коммуникации в России<sup>1</sup>.

Для обработки данных опроса и выделения типов стратегий применения Интернета использовался метод k-средних кластерного анализа 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 сетью:

- Интенсивность использования Интернета дома(в неделю)
- Интенсивность использования Интернета на работе (в неделю)
- Интенсивность использования Интернета в учебных заведениях (в неделю)
- Интенсивность использования Интернета где-либо еще (в неделю)
- Интенсивность использования беспроводных мобильных устройств для выхода в Интернет
- Наличие опыта использования беспроводных мобильных устройств для выхода в Интернет
- Интенсивность использования электронной почты
- Интенсивность общения в чатах
- Интенсивность осуществления телефонных звонков через Интернет
- Интенсивность наполнения контентом своего блога
- Интенсивность размещения своих фотографий или картинок в Интернете

---

<sup>1</sup> В массовых опросах в 2012 и 2014 г.г. использовалась многоступенчатая стратифицированная выборка, репрезентирующая население РФ по полу, возрасту, образованию, типу населенного пункта. Всего опрошено 3 630 респондентов (1 600 респондентов в 2012 г. и 2030 респондентов в 2014 г.). Ошибка выборки оценивается в 4%. Единицами отбора первой ступени являлись субъекты РФ. Отбор регионов осуществлялся на основе вычисления их «ранга представительности», т.е. порядка, в котором регионы оптимальным образом репрезентируют население России. На второй ступени для каждого региона рассчитывалась доля респондентов, пропорциональная численности его населения. На третьей ступени путем ротации избирательных участков и списка улиц проводился отбор начальной точки маршрутной выборки в конкретном населенном пункте. На четвертой и пятой ступени осуществлялся отбор домохозяйства и респондента.

**5th the International Conference  
on Science and Technology 2015**

- Интенсивность обновления своего статуса в социальной сети
- Интенсивность комментарийной активности
- Интенсивность поиска в Интернете информации, связанной с путешествиями
- Интенсивность поиска в Интернете информации о новой работе
- Интенсивность чтения/поиска в Интернете шуток, юмористического контента
- Интенсивность поиска в Интернете информации, связанной со здоровьем
- Интенсивность участия в играх в Интернете
- Интенсивность совершения покупок в Интернете
- Интенсивность бронирования услуг онлайн
- Интенсивность оплаты счетов онлайн
- Интенсивность использование онлайн услуг банков
- Интенсивность совершения инвестиций в акции/ облигации/фонды через Интернет
- Интенсивность поиска определения термина/понятия в Интернете
- Интенсивность поиска информации о конкретном факте
- Интенсивность поиска информации, связанной с образованием
- Интенсивность дистанционного обучения

Для осуществления процедуры выявления схожести объектов и определения типов стратегий использования Интернета произведено преобразование отобранных переменных:

- Блок вопросов о продолжительности использования Интернета в различных местах (дома, на работе, на учебе и т.д.) усредняются в новую переменную «Интенсивность пользования глобальной сетью». Это, с одной стороны, позволяет нивелировать различие, обусловленное основной занятостью респондентов: учеба, трудовая деятельность, домохозяйство как доминанты жизнедеятельности, а с другой, – позволяет выделить именно интенсивность использования Интернета.
- В блоке вопросов об интенсивности использования различных способов выхода в Интернет и об опыте применения мобильного Интернета вариант ответа «затрудняюсь ответить» по смыслу соответствует варианту ответа «не пользуюсь данной стороной».

**5th the International Conference  
on Science and Technology 2015**

– Проведена Z-стандартизация всех отобранных переменных.

Результаты распределения типов стратегии использования Интернета в России в 2012 и 2014 г.г. представлены в таблице 1.

Прежде всего, необходимо отметить, что в России практически константным является число не пользователей в течение последних двух лет: около трети россиян не принадлежат «Партии Интернета» и по разным причинам не используют глобальную электронную сеть. В сопоставлении с населением других стран по числу не пользователей Россия имеет достаточно выгодные позиции. Гораздо больше не пользователей в странах Азиатско-Тихоокеанского региона, Южной Америки и Южной Африки. Однако в сопоставлении с США и Европой российских не пользователей в среднем вдвое больше [17].

Социально-демографические факторы отказа от применения Интернета в России – гендер (56,3% российских женщин – не пользователи) и возраст (80,6% россиян старше 60 лет самоисключены из Интернет-коммуникации),

Проанализируем содержательные характеристики выявленных стратегий использования Интернета в порядке их представленности в структуре пользования глобальной сетью в России в 2014 г. – таблица 1.

Таблица 1.

**Доля стратегий использования Интернета в структуре российского населения в 2012 и 2014 г.г.**

<b>Стратегии использования Интернета</b>	<b>2012 г.</b>	<b>2014 г.</b>
«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

В числе стратегий использования Интернета, которые реализуют российские пользователи, наиболее распространенной является «Человек развлекающийся». Как видно из таблицы 1, этот тип стратегии использования Интернета, несмотря на существенное снижение представленности в структуре населения России в 2014 г. по

**5th the International Conference  
on Science and Technology 2015**

сравнению с 2012 г. (на 9,2%), всё же остается доминирующей стратегией пользования Интернетом в России. Социально-демографический портрет типичного представителя стратегии «Человек развлекающийся» - молодые люди и девушки 18-34 года, имеющие или получающие высшее образование, чаще всего холостые (не замужние). Россияне, реализующие данный тип стратегии использования Интернета, в среднем чаще, чем другие, пользуются глобальной сетью практически также интенсивно вне дома, как и в домашних условиях. Эти люди, как правило, используют мобильный телефон или планшет для выхода в Интернет, поэтому остаются онлайн фактически постоянно. Доминирующими мотивами пользования Всемирной паутиной для представителей рассматриваемого типа служит развлечение и неформальное онлайн общение. Этим определяются их содержательные характеристики поведения в сети. В частности, представители типа «Человек развлекающийся» 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. Такие люди существенно чаще остальных респондентов пользуются социальными сетями несколько раз в день. Информационное поведение «Человека развлекающегося» практически полностью замыкается на использовании глобальной сети, что выражается в рассмотрении Интернета как главного источника информации, средства развлечения и общения. Довольно позитивно представители рассматриваемого типа относятся к Интернету как средству реализации политической субъектности, выражая уверенность в том, что пользование глобальной сетью позволяет:

- иметь больше возможностей для реализации политических прав и свобод;
- иметь больше возможностей для обсуждения действий правительства;
- лучше понимать действия политиков;
- осознать, что государственные чиновники вынуждены больше обращать внимания на то, что о них думают пользователи сети.

Вместе с тем, при осознании больших возможностей Интернета в реализации политической субъектности, представители анализируемого кластера, скорее, аполитичны, вполне лояльны к возможности усиления контроля со стороны

### 5th the International Conference on Science and Technology 2015

власти над содержанием сетевого контента и ориентированы главным образом на досуговую деятельность в Интернете.

Второй по распространенности в среде российских Интернет-пользователей является стратегия использования Интернета «Человек традиционный». С 2012 г. по 2014 г. доля представителей этого кластера немного уменьшилась (на 4,4%), всё же каждый пятый россиянин реализует именно эту стратегию пользования глобальной сетью. Социально-демографические признаки типичного «Человека традиционного» - женщины и мужчины 45 – 59 лет, имеющие среднее специальное образование. Их стратегия использования Интернета характеризуется нерегулярностью и спорадичностью применения глобальной сети. Люди, относящиеся к анализируемому кластеру, используют Интернет в основном дома, что связано с двумя обстоятельствами:

- предпочтением домашнего компьютера для выхода в Интернет;
- возможностью получить дома консультативную помощь от более молодых членов семьи в процессе пользования глобальной сетью.

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. Вообще Интернет представителями данного кластера рассматривается как второстепенный источник информации и лишь как дополнительное средство коммуникации. «Человек традиционный» - это кластер людей, принадлежащих «Партии телевизора» и предпочитающих непосредственное общение. Глобальная сеть для них – довольно слабо освоенное пространство, возможности которого осознаются ими не в полной мере. В частности, представители анализируемого типа не готовы выразить согласие с тем, что Интернет позволяет лучше понимать действия политиков или с тем, что глобальная сеть заставляет политиков обращать внимание на то, что о них думают пользователи. Таким образом, по сути, «Человек традиционный» - это тип стратегии использования Интернета, характерный, главным образом, для той части старшей возрастной группы россиян, которые довольно мало зависят от глобальной сети, используют ее как второстепенный канал коммуникации и дополнительный, ситуационный источник информации.

Довольно значим тот факт, что за период с 2012 г. по 2014 г. в России более чем втрое увеличилось число

**5th the International Conference  
on Science and Technology 2015**

пользователей – прагматиков. Этот тип стратегии использования Интернета (условно названный «Человек прагматичный») ориентирован на функциональное использование глобальной сети: как средство зарабатывания денег или в профессиональных интересах. Около двух третей представителей анализируемого кластера – женщины (66,5%), около половины «прагматиков» – в возрасте 35-59 лет (57,2%), более трети имеют незаконченное высшее или высшее образование (35,8%). Чаще всего эти люди пользуются Интернетом дома или на работе и применяют для соединения с глобальной сетью главным образом компьютер, несколько реже – телефон или планшет. Этим людям довольно редко интересуют развлекательный контент или социальные сети, они ориентированы на поиск информации, необходимой для работы, профессиональной коммуникации. Для данной стратегии использования Интернета 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). Поэтому представителей анализируемого кластера следует назвать людьми, составляющими умеренную аудиторию Интернета и телевидения. Возможностями реализации потребительской активности в глобальной сети прагматики пользуются довольно слабо (чаще всего, по причине недоверия электронным финансовым операциям), как и ресурсами реализации политической субъектности.

Фактически константным за период 2012 – 2014 г.г. остаётся число россиян, придерживающихся стратегии использования Интернета «Человек цифровой» и является весьма незначительным в сравнении с аналогичным показателем в других странах. Согласно результатам наших исследований в рамках Мирового Интернет-проекта, в Китае, например, доля рассматриваемого типа стратегии использования Интернета составляет 18,1% [1], а в европейских странах – превышает десятипроцентный барьер [2]. Как показывают данные таблицы 1, число российских представителей кластера «Человек цифровой» остается ниже шести процентов, как в 2012 г., так и в 2014 г. Это тип пользователей глобальной сети, для которых Интернет является средой обитания и жизненным пространством. Социально-демографический портрет этого кластера довольно четко очерчен: молодые люди и девушки в возрасте 18-24 лет,



### **5th the International Conference on Science and Technology 2015**

получающие высшее образование и не состоящие в браке. Фактически представители данного 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. В среднем такие люди могут пользоваться Интернетом до 16 часов в сутки. «Человек цифровой» применяет все ресурсы и возможности глобальной сети значительно интенсивнее, чем другие пользователи Интернета. Наиболее показательна такая отличительная черта этих пользователей, как ориентация на создание Интернет-контента. «Человек цифровой» - это творцы содержания глобальной сети. Причем данные люди не ограничивают наполнение Интернет-контента размещением фото и видео (как в случае с «Человеком развлекающимся»), их работа над созданием контента сети может включать разработку сайтов, блогов, прочих Интернет-ресурсов. «Человек цифровой» - это кластер так называемых Интернет-фанатиков или Интернет-одержимых, которые признают довольно высокую значимость Всемирной паутины и как средства реализации политической субъектности. Представители данного типа стратегии использования Интернета не только осознают большие возможности политического участия онлайн, но и проявляют свою политическую субъектность посредством размещения собственных политических комментариев, а также создания авторских форумов и других площадок для обсуждения политических проблем.

Таким образом, россиян можно условно разделить на пять групп по их отношению к Всемирной паутине:

- доминирующим кластером в структуре населения России является «Человек развлекающийся», для которого характерно рассмотрение Интернета как средства развлечения и проведения досуга, что сопровождается признанием глобальной сети в качестве весомого и важного источника информации;

- тип стратегии использования Интернета «Человек традиционный» остается преобладающей стратегией в среде россиян предпенсионного и пенсионного возрастов, эта стратегия характеризуется фактической независимостью от глобальной сети, крайне спорадическим и ситуативным использованием Интернетом, не осознанием и недооценкой большего числа возможностей глобальной сети;

- в период с 2012 по 2014 г.г. более чем втрое увеличилось число россиян, использующих Всемирную паутину исключительно инструментально и являющихся

### **5th the International Conference on Science and Technology 2015**

представителями кластера «Человек прагматичный», эта тенденция свидетельствует о постепенном освоении гражданами нашей страны (и в первую очередь феминной гендерной группой в возрасте 35-59 лет) функциональных возможностей Интернета в реализации своих профессиональных интересов;

- в среде молодых людей и девушек в возрасте 18-24 года немало представителей типа «Человек цифровой», воспринимающих Интернет как жизненное пространство и реализующих практически все его возможности, вместе с тем в структуре населения страны данная стратегия пользования глобальной сетью является наименее распространенной;

- россияне - не пользователи составляют треть населения страны, в их числе преобладают старшие возрастные группы, что свидетельствует о возрасте как о ведущем социально-демографическом факторе, влияющем на интенсивность и сам факт пользования глобальной сетью в России.

#### **Поддержка.**

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 г.г. Код государственного задания 2816.

#### **References:**

- [1] Brodovskaya E.V., Dombrovskaya A.Yu. The Internet-usage strategies and the national character of Russians and Chinese: the results of comparative cluster analysis // Modern problems of science and education. – 2014. – №5; URL: <http://www.science-education.ru/119-15115> (date accessed: 10.29.2014).
- [2] Brodovskaya E.V., Dombrovskaya A.Yu. Profiles of Internet users and the national mentality in Russia and Sweden: a comparative cluster analysis // Basic Research. . - 2014. - №11- P. 661 – 664.
- [3] Allen G. Come the Revolution. Wired. 1995. - P. 46-48.
- [4] Barber B. The uncertainty of digital politics: Democracy's uneasy relationship with information Technology. – Harvard International Review. - 2001. – № 23. - P. 42-47.
- [5] Bimber B. The Internet and Political Transformation: Populism, Community, and Accelerated Pluralism. - Polity – 1998. Vol. 31. № 1. - P. 133-160.

**5th the International Conference  
on Science and Technology 2015**

- [6] Cairncross F. *The Death of Distance: How the Communications Revolution Will Change Our Lives.* - Boston: MA: Harvard Business School Press. 1997.
- [7] Clark S.J. A populist critique of direct democracy. - *Harvard Law Review.* - 1998. - Vol. 112. - № 2. - P. 434-482.
- [8] Castells M. *Communication power.* - Oxford: Oxford univ. press. 2009. - 433p.
- [9] Coleman S. New mediation and direct representation: reconceptualizing representation in the digital age - *New Media Society.* - 2005. - Vol. 7. - № 2. - P. 21-40.
- [10] 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.
- [11] Etzioni A. *The Spirit of Community: rights, responsibilities, and the communitarian agenda.* - New York: Crown Publishers. 1993.
- [12] Norris P. *Digital Divide. Civic Engagement, Information Poverty, and the Internet Worldwide.* - Cambridge: University Press. 2001.
- [13] Poster M. *Cyberdemocracy: Internet and the Public Sphere -Internet Culture* - New York: Routledge. 1997.
- [14] Rheingold H. *The Great Equalizer -Whole Earth Review.* - 1991. - P. 4 - 11.
- [15] Ward S., Gibson R., Lusoli W. Online participation and mobilization in Britain: Hype, hope and reality - *Parliamentary Affairs.* - 2003. - № 56. - P. 24-42.
- [16] Weber L. M., Loumakis, A., Bergman, J. Who participates and why? An analysis of citizens on the Internet and the mass public - *Social Science Computer Review.* - 2003. - № 21. - P. 652-668.
- [17] World Internet Project Access: // <http://www.worldinternetproject.net/#news>