

# ИННОВАЦИОННОЕ ПОВЕДЕНИЕ НАСЕЛЕНИЯ

## МОНИТОРИНГ

Информационный бюллетень № 4 • 2014

Проект «Мониторинг инновационного поведения населения», реализуемый в рамках Программы фундаментальных исследований НИУ ВШЭ с 2009 г., нацелен на изучение социальных установок и моделей поведения населения в отношении результатов инновационной деятельности. Обследования проводились в 2009–2013 гг. Для сравнения также были использованы данные более ранних специализированных обследований.

### МОБИЛЬНЫЙ ИНТЕРНЕТ: СПЕЦИФИКА ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ

Большая часть россиян (71%) в возрасте 16–74 лет имеют опыт использования Интернета, каждый второй обращается к возможностям «всемирной паутины» практически ежедневно. По уровню проникновения Интернета Россия пока отстает от большинства европейских стран (рис. 1), но судя по темпам роста его аудитории (рис. 2), в ближайшей перспективе для подавляющего большинства россиян он станет такой же неотъемлемой частью жизни, как и мобильная связь.

Прирост численности Интернет-пользователей по сравнению с показателем 2012 г. обусловлен в основном распространением данной практики среди населения старшей возрастной группы. Доля трехмесячной аудитории глобальной сети среди респондентов 45–54 лет выросла с 45 до 53%, 55–64 лет – с 23 до 33%, 65–74 лет – с 6 до 11%. Среди молодежи (16–24 лет) и населения 25–44 лет этот показатель остался на прежнем уровне – 95 и 81% соответ-

ственно. Используя терминологию теории диффузии инноваций Э. Роджерса, можно заключить, что фактически Интернет сегодня осваивается «поздним большинством» и «отстающими» [Rogers, 2003].

Половина опрошенных россиян 16–74 лет вышли в Интернет с мобильных устройств за последние три месяца, используя для этого в основном телефон (35%) или ноутбук/нетбук (29%). Еще 10% пользовались им на планшете и 3% – на других портативных устройствах. Таким образом, для большинства пользователей сеть стала не просто частью повседневной жизни. Отсутствие пространственной прикрепленности точек доступа за счет мобильных устройств позволяет стереть границу между понятиями «онлайн» и «оффлайн». Соответственно, два этих информационных пространства переплетаются гораздо сильнее, чем при отсутствии мобильности, человек оказывается практически полностью включенным в процесс коммуникации.

Рис. 1. Частота использования Интернета: 2013 (в процентах от численности опрошенных 16–74 лет)

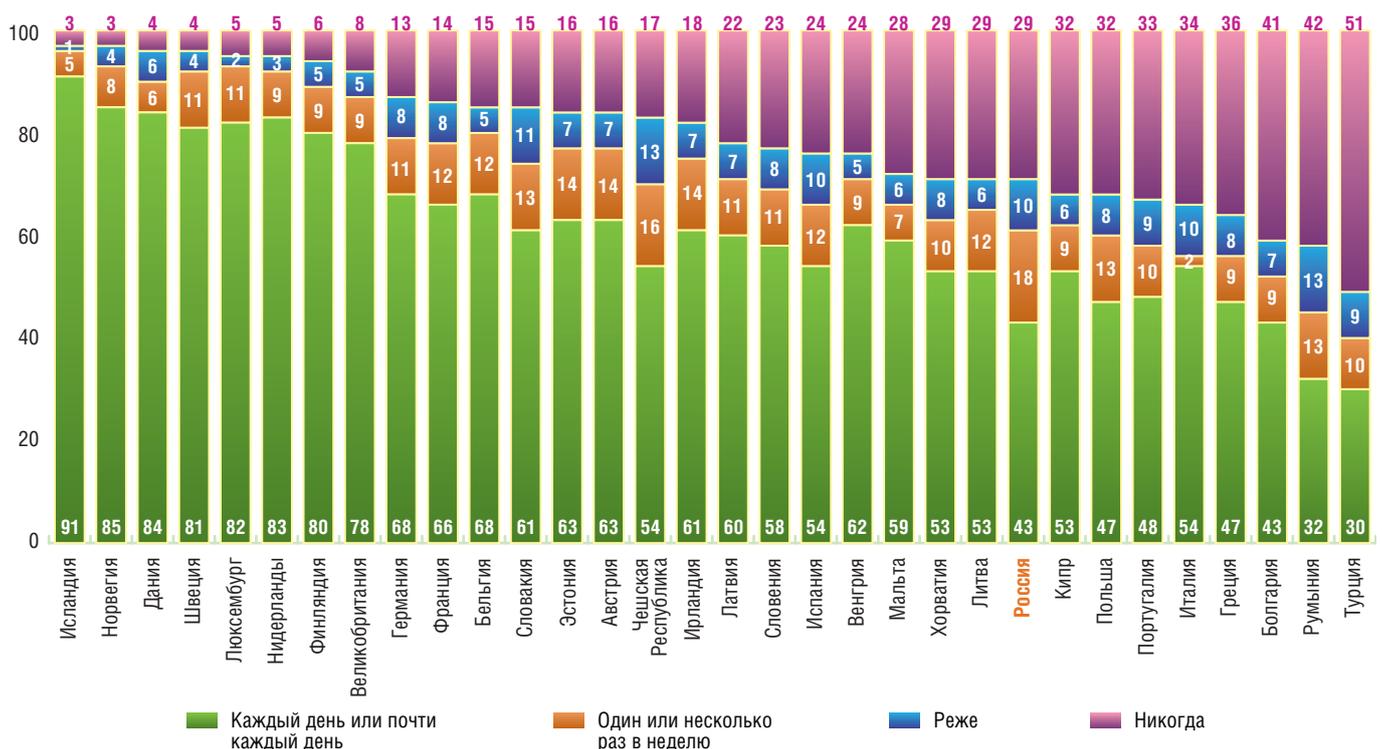
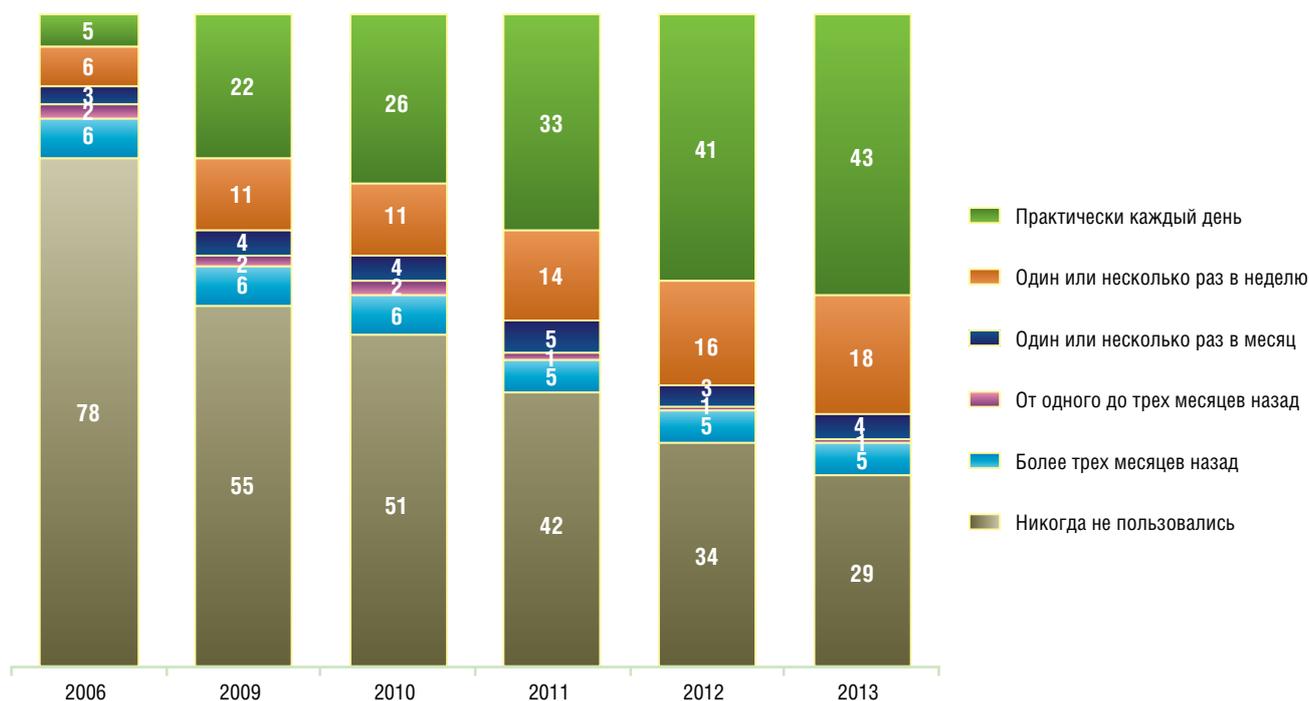
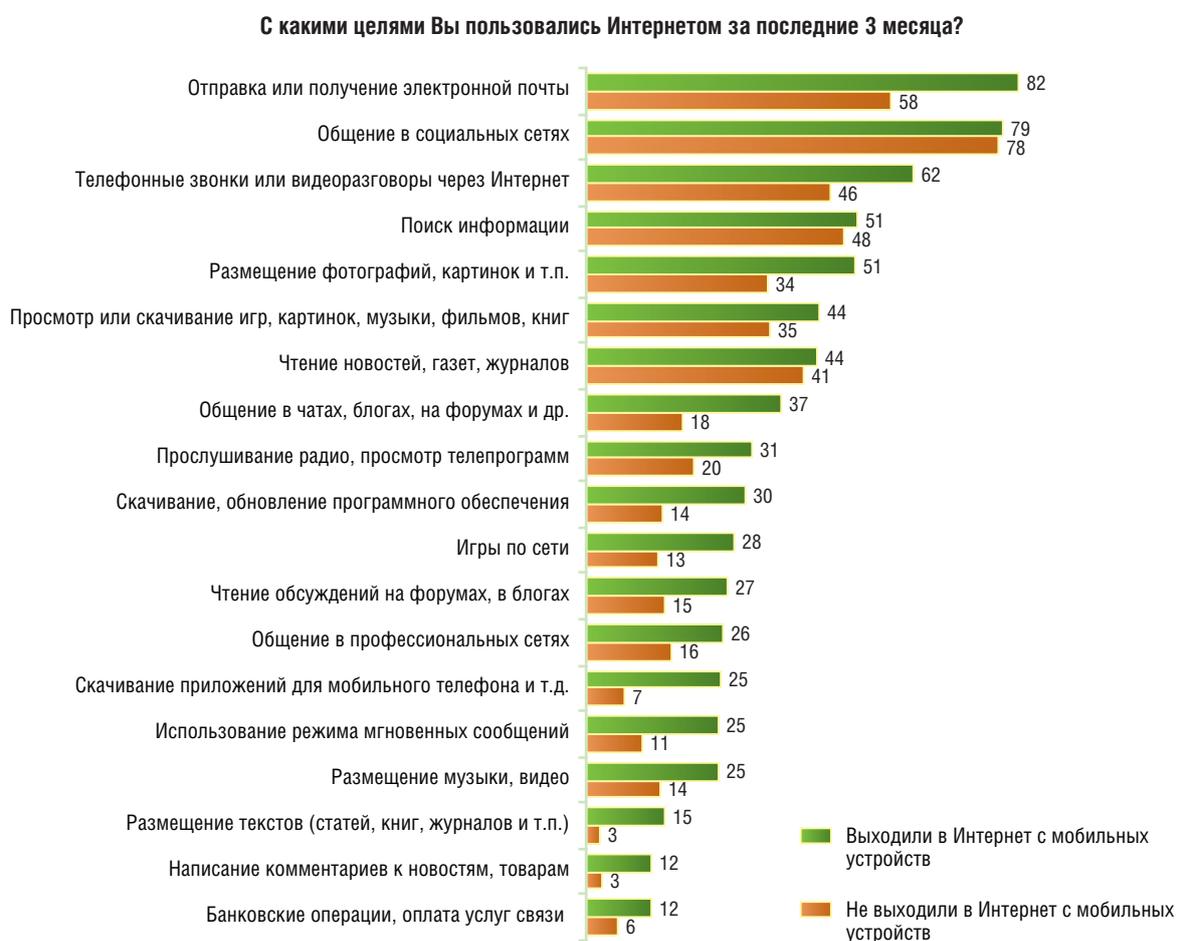


Рис. 2. Динамика частоты использования Интернета (в процентах от численности опрошенных 16–74 лет\*)



\* В 2012 г. – в возрасте 18–74 лет.

Рис. 3. Цели использования Интернета (в процентах от суточной аудитории Интернета)



Можно ли говорить, что мобильный Интернет является индикатором каких-либо значимых различий в социальных установках пользователей и в уровне их открытости новым информационным потокам? Для ответа на этот вопрос разделим суточную аудиторию Интернета на две группы: пользователи Интернета с мобильных устройств (далее «пользователи мобильного Интернета») и остальные пользователи.

Сравнение целей использования Интернета за последние три месяца выявило значимые различия между этими группами (рис. 3). В частности, первые интенсивнее используют сеть для общения, развлечения и размещения различной информации. Исключения составляют такие практики, как чтение новостей, газет, журналов и поиск информации о товарах, услугах и пр. Стоит отметить, что данная специфика сохраняется и среди пользователей социальных сетей в обеих группах. Следовательно, активность в Интернете не является неотъемлемым атрибутом погруженности в социальные сети. На основании этого можно заключить, что переход к мобильному Интернету служит индикатором принципиального изменения восприятия окружающей действительности, при котором всемирная сеть превращается из внешнего пространства в личное. Интеграция Интернет-практик способствует формированию устойчивых моделей поведения, опосредованных Интернетом.

Чтобы понять, отличаются ли пользователи мобильного Интернета большей склонностью к инновационному поведению, респондентам был задан следующий вопрос: «Представьте себе шкалу от 1 до 10, где в точке «1» находятся люди, настороженно относящиеся к переменам и новшествам, не склонные изобретать новое, не любящие экспериментов, а в точке «10» – те, кто любит перемены и новшества, охотно изобретает, экспериментирует – и в работе, и в повседневной жизни. Куда на этой шкале вы поместили бы себя?». К «любителям новшеств» были причислены респонденты, выбравшие оценки 8, 9 или 10. Среди пользователей мобильного Интернета доля этой группы оказалась максимальной в срав-

нении с остальными опрошенными (табл. 1). Аналогичная тенденция наблюдается и в отношении к техническим новинкам. Таким образом, использование мобильного Интернета сегодня служит индикатором открытости инновациям. Можно предположить, что пользователи мобильного Интернета представляют собой группу населения, обладающую наиболее высоким потенциалом к вовлечению в различные инновационные практики.

Позитивное отношение ко всему новому, присущее этой группе пользователей, стимулирует их к наращиванию человеческого капитала. В частности, они больше погружены в различные образовательные практики по сравнению с остальной частью Интернет-аудитории и тем более населением, не использующим Интернет (табл. 2). Эта часть населения наиболее активно реализует принципы непрерывного образования<sup>1</sup>.

Примечательно, что имеющиеся в сети возможности для самообразования применяются пользователями мобильного Интернета заметно чаще (табл. 3). Это подтверждает тезис о том, что представители

<sup>1</sup> Согласно определению Европейского союза, понятие «непрерывное образование, или образование в течение всей жизни (lifelong learning)» включает все целенаправленные виды образовательной деятельности – формальные или неформальные, осуществляемые на непрерывной основе с целью совершенствования знаний, навыков и умений. **Формальное образование** включает образование разных уровней (среднее общее, среднее полное, начальное профессиональное, среднее профессиональное, высшее профессиональное и послевузовское профессиональное), которое осуществляется в образовательных учреждениях. В международной практике используется показатель участия населения в формальном образовании, который учитывает долю лиц, обучавшихся на любых уровнях системы формального образования в течение последних 12 месяцев, среди населения в возрасте 25–64 лет. **Дополнительное образование** охватывает организованные виды обучения, которые не являются частью программ формального образования (курсы повышения квалификации, профессиональные конференции и т.д.). **Самообразование** – неформальное индивидуальное обучение, которое, в отличие от формального образования и дополнительного образования, не фиксируется получением диплома или иного документа, но вносит вклад в расширение знаний и умений. В международной практике используются показатели участия в данных видах образования в течение последних 12 месяцев среди населения в возрасте 25–64 лет.

Таблица 1

Отношение к новшествам  
(в процентах от численности опрошенных 16–74 лет)

	Все опрошенные	Пользователи мобильного Интернета*	Остальные пользователи Интернета*	Не-пользователи Интернета
«Любители новшеств»	24	41	26	7
Следят за тем, какие технические новинки появляются на рынке	27	45	26	10

\* Группы среди суточной аудитории Интернета.

Таблица 2

**Участие в образовательных практиках за последние 12 месяцев**  
(в процентах от численности опрошенных 25–64 лет)

	Все опрошенные	Пользователи мобильного Интернета*	Остальные пользователи Интернета*	Не-пользователи Интернета
Самообразование	29	47	25	10
Дополнительное образование	12	26	13	2
Формальное образование	2	5	1	0

\* Группы среди суточной аудитории Интернета.

Таблица 3

**Практики самообразования, использованные за последние 12 месяцев**  
(в процентах от численности опрошенных 25–64 лет)

	Все опрошенные	Пользователи мобильного Интернета*	Остальные пользователи Интернета*	Не-пользователи Интернета
Приобретение новых знаний и навыков:				
с использованием печатной литературы, ТВ и радио	20	33	20	8
с помощью Интернета	12	27	8	1
на мероприятиях	8	13	7	2
в процессе общения с коллегами, друзьями, родственниками	8	15	5	2

\* Группы среди суточной аудитории Интернета.

данной группы значительно интенсивнее используют полученные ими навыки работы в Интернете.

Таким образом, человек, выходящий в Интернет с мобильного устройства, с большей вероятностью

окажется открытым новым знаниям, стремящимся к личностному развитию, нежели укрывшимся в сети от остального мира.

**Источники:**

Computers and the Internet in households and enterprises: Individuals - frequency of Internet use. In database "Information society statistics", Eurostat. [http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/information\\_society/data/database](http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/information_society/data/database) (дата обращения: 03.09.2014).

Rogers E.M. (2003) Diffusion of innovations (5<sup>th</sup> ed.). New York: Free Press.

Над материалом работали:  
**Полякова В.В., Фурсов К.С.**