

1.2. Использование информационно-коммуникационных технологий

По направлению «Наблюдение за распространением инновационных практик в домохозяйствах» наиболее методически проработанным объектом наблюдений является использование населением Интернета¹ как инновационное средство для реализации потребностей – личных и семейных (осуществления социальных коммуникаций, покупок, банковских операций и других целей).

Результаты обследований показывают, что по большинству индикаторов Россия значительно отстает от большинства европейских стран, что объясняется недостаточным охватом домашних хозяйств доступом к Интернету². По показателям интенсивности использования Интернета лидирует Норвегия: в 2010 г. 90% ее взрослых граждан пользовались Интернетом хотя бы раз в неделю. Россия же находилась на уровне Болгарии и Греции (37%). Низким является и уровень Интернет-навыков. Российские пользователи Интернета хорошо умеют оперировать с поисковой системой (43%, четыре года назад их было всего 16%), однако другими навыками обладают гораздо реже. Лишь 28% умеют посылать письма по электронной почте с прикрепленными файлами (в 2006 г. 11%), всего 14% общаются в чатах, форумах, или оставляют свои комментарии к новостям (в 2006 г. 5%). Совсем мало «продвинутых» пользователей, которые могут делать телефонные звонки через Интернет (8%, в 2006 г. 1%), использовать технологии P2P (peer-to-peer) обмена фильмами, музыкой и т.п. (6%, в 2006 г. – 1%) или создавать веб-страницу/сайт (4%, в 2006 г. – 1%). В итоге в 2010 г. по доле имеющих «высокий уровень» Интернет-навыков³ (3%) Россия находится почти в самом конце рейтинга – между Грецией и Турцией, а по доле имеющих «средний уровень» (12%) наша страна оказалась на последнем месте среди рассматриваемых стран.

Еще не все возможности Интернета освоены россиянами. Наиболее интенсивно освоение происходило в области общения (в 2010 г. каждый третий респондент пользовался электронной почтой, посещал социальные сети, в 2006 – 12%) или потребления готовой информации (29% опрошенных читали новости, 23% искали

¹ Наш коллектив располагает базами данных по России, обеспечивающих международные сопоставления, с 2003 г. Методика обследований регулярно корректируется в целях гармонизации с методикой Евростата.

² В 2010 г. доступом к Интернету были обеспечены всего 39% респондентов в возрасте 16-74 лет (в 2003 г. – 5%), тогда как в половине европейских стран этот показатель был выше 67%, а в Нидерландах – 91%.

Качество доступа тоже в основном низкое – лишь 28% опрошенных пользовались на тот момент высокоскоростными устройствами. Среди европейских стран только в Болгарии эти показатели ниже, чем в России. В России наилучшие показатели доступа к Интернету имеют москвичи (64% имеют доступ к Интернету, причем 58% – широкополосный, это примерно на уровне всего населения Польши).

³ Показатель *уровень Интернет-навыков* рассчитывается по шести перечисленным в тексте позициям.. Статус «низкий» присваивался респондентам, отметившим 1-2 позиции, «средний» – 3-4 позиции, «высокий» – 5-6 позиций.

информацию о товарах и услугах, 17-19% скачивали картинки, музыку, фильмы, тексты, компьютерные программы, в 2006 г. – 6-8%). В гораздо меньшей степени россияне осваивают другие Интернет-услуги, предпочитая традиционные формы, в таких областях как телефонные звонки, бронирование билетов, мест в отелях, купля-продажа, взаимодействие с органами государственной власти и местного самоуправления.

По большинству показателей использования Интернета населением для различных целей лидируют скандинавские страны, а Россия находится далеко позади развитых европейских стран, на уровне Болгарии, Румынии и Турции. Исключение составляет лишь один показатель – использование Интернета для общения в чатах, блогах и социальных сетях, по которому Россия оказалась на уровне Германии и Франции (16 место среди 31 страны Европы).

Показатели участия населения России в электронной коммерции весьма низкие. В 2010 г. покупали товары или услуги в Интернете только 10% россиян (в 2006 г. 3%). Ниже уровень лишь в Болгарии, Турции и Румынии (4-5%), тогда как в Норвегии, Дании, Нидерландах и Великобритании такими услугами пользуется уже более 2/3 населения. Банковские операции через Интернет осуществляют всего 4% наших соотечественников, в то время как в странах Северной Европы – три четверти населения.

Продажей товаров и услуг через Интернет занимались всего 4% россиян, но и в других странах такая деятельность не имеет широкого распространения, максимум – лишь около четверти населения – в Дании, Нидерландах и Франции.

Уровень использования населением России возможностей, предоставляемых программой *Электронное правительство*, очень низкий. В 2010 г. лишь 7% россиян скачивают бланки форм (в Исландии 61%), 5% получают информации о деятельности органов власти (в Дании – 76%), 4% отправляют заполненные формы (в Дании 59%). В итоге интегральный показатель, учитывающий использование хотя бы одной из форм интерактивно взаимодействия, составил 11% (на уровне Турции, ниже только в Румынии), тогда как максимум достигнут в Исландии (82%).

Недостаточно активно в России используется Интернет с целью обучения. В 2010 г. поиск информации в этом направлении вели 11% россиян в возрасте 18-74 лет; консультировались в Интернете 7%, проходили обучение онлайн около 3% опрошенных. Следует отметить, что онлайн-обучение и в других европейских странах распространено недостаточно широко, максимальный показатель имеет Финляндия (14%). В итоге интегральный показатель, включающий респондентов, участвовавших хотя бы в одной из трех перечисленных выше форм деятельности, составила 19%. Лидируют по этому

показателю Исландия (75%), Люксембург (72%) и Финляндия (70%), в большинстве же европейских стран уровень примерно 40%.

Среди других технических средств следует отметить феномен мобильных телефонов. Активность в их приобретении значительно превзошла потенциальный спрос, который зафиксировали наши замеры в 2003 г., тогда их имели 14% респондентов, а хотели приобрести только 23%, но уже в 2006 г. имели мобильные телефоны 57% опрошенных, а в 2009 г. произошло уже почти полное насыщение – 83%. Здесь, на наш взгляд, сыграли роль одновременно три фактора: снижение стоимости аппаратов (возможность приобрести дешевые модели), услуг связи и слабый охват территории России обычными телефонными линиями. В дальнейших обследованиях планируется изучать не факты владения мобильными телефонами, а использование их новых функций, в том числе возможностей, предоставляемых посредством связи с Интернетом.

Обратная ситуация наблюдается с использованием посудомоечных машин. В 2003 г. их имели всего 1% респондентов, а планировали приобрести еще 15%, однако в 2009 г. эти показатели почти не изменились (имели дома посудомоечные машины всего 3% респондентов, хотели приобрести - 18%). Столь низкие показатели можно объяснить тем, что в России люди пока еще не видят эффективность посудомоечных машин в плане экономии электроэнергии, воды и личного времени.