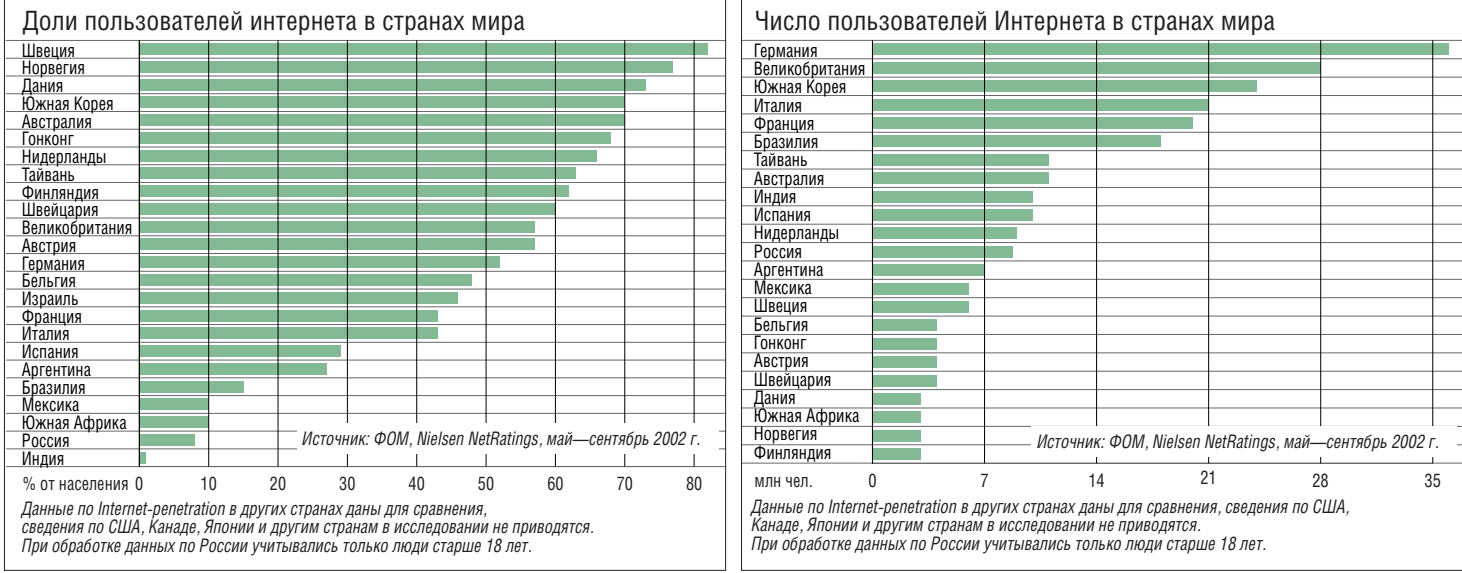


интернет

Кто в интернете живет

портрет

Фонд «Общественное мнение» (www.fom.ru) представил результаты масштабного исследования «Интернет в России». Очередная попытка посчитать население рунета не принесла больших новостей — пользователей Всемирной сети в России по-прежнему немного.



По данным ФОМа, в России проживает 8,8 млн пользователей интернета в возрасте 18 лет и старше, что составляет 8% взрослого населения страны. Установить эту цифру фонду помогли социологические опросы. В июле—сентябре 2002 года ФОМ задал 18 тысячам жителей России вопрос: «Приходилось ли вам лично пользоваться интернетом?» Всех, кто хотя бы один раз за последние полгода посетил WWW, записали в аудиторию сети.

Можно ли всерьез считать интернет-пользователем человека, который как-то раз в гостях у друга читал анекдоты по сети, большой вопрос. Тем не менее исследовательским компаниям приходится идти на всякие хитрости, чтобы преувеличить аудиторию рунета. Те, кто заказывает исследования (в случае с ФОМом — Совет по информационным технологиям при министре РФ по связи), хотят ощущать свою причастность к чему-то большому. Для примера: группа Monitoring.ru еще в феврале 2001 года утверждала, что в России проживает 12,8 млн интернет-пользователей (к такому отношению всех, кто хотя бы раз видел сеть «в лицо»).

Строго говоря, коммерческий интерес для интернет-предпринимателей представ-



ляют те потенциальные клиенты, кто заходит в сеть один-два раза в неделю. Таковых в России, по подсчету все того же ФОМа, 3,7 млн человек.

Эта цифра могла быть и больше. В опросе ФОМа принимали участие респонденты только в возрасте 18 лет и старше. Школьников старших классов, чуть ли не самую часть активную часть рунета, фонд по неясным причинам не заметил. Между тем компа-

ния MASMI (Москва) утверждает: 16–17-летние составляют 8% населения рунета (см. материал на этой странице).

Приведем еще несколько любопытных цифр от ФОМа. Мужчин в рунете больше, чем женщин — 61% против 39%. Это соотношение привычно для интернета в целом и с годами почти не меняется: по данным фонда, и в конце 2000 года в сети было 60% мужчин против 40% женщин.

Распределение пользователей во времени последнего посещения интернета					
Регион	Сутки	Неделя	Месяц	Три месяца	Полгода
Москва	40	26	17	12	5
Санкт-Петербург	32	25	26	11	7
Центральный, кроме Москвы	21	21	27	21	10
Южный	20	26	20	20	15
Сибирский	16	20	26	21	17
Уральский	15	15	28	26	15
Приволжский	15	26	26	19	16
Северо-Западный, кроме С.-Петербурга	13	23	25	23	17
Дальневосточный	6	25	25	31	13
Россия в целом	23	23	24	19	12

ФОМ (www.fom.ru), май—сентябрь 2002 года.

Секс, образование, рок-н-ролл

интересы

Зачем пользователь приходит в интернет? Статистика поисковых запросов на Yandex.ru показывает — затем, чтобы развлечься и как следует отдохнуть.

Самый популярный запрос у клиентов «Яндекса» в 2002 году — «игра». Чтобы понять, какие развлечения по душе пользователям рунета, достаточно изучить, с какими словами чаще всего соседствовала «игра» в поисковых запросах. Выясняется, что первое место в рейтинге этому слову помогли занять Зимние олимпийские игры в Солт-Лейк-Сити (самое распространенное сочетание — «игры+олимпийские» или

«игра+олимпиада»). Кроме того, пользователи охочи до бесплатных компьютерных игр (контекст — «скачивать», «бесплатно», «взломщик игр»). Чуть меньший интерес обитатели рунета проявляют к своей Родине: запросы «Россия» и «Москва» занимают соответственно второе и третье места в рейтинге. Чаще всего в состав запросов на эти темы входили слова «карта», «история» и почему-то «футбол».

Запрос «секс», вопреки ожиданиям, добрался лишь до четвертого места в рейтинге. Ценные соображения не позволяют привести в этом материале данные, какой именно секс интересует пользовате-

лей, — скажем просто, что вкусы сетевиков в этой области можно назвать оригинальными и нетрадиционными.

Интересы в музыке куда более предсказуемы: жители рунета чаще всего ищут, где «скачать» «бесплатные» MP3. Хит-парад, составленный по частоте запросов, выглядит так: «Любэ», «Ленинград», Земфира, «Ария», «Руки Вверх», «Дискотека Авария», «Тату». Кстати, статистика запросов на «Яндексе» позволяет также составить хит-парад производителей мобильных средств связи: чаще всего со словом «телефон» в запросах упоминаются Siemens, Nokia, Samsung, Ericsson, Motorola и Sony.

Появление слова «реферат» в рейтинге никого не удивляет: четверть обитателей рунета составляют школьники или студенты (см. графики на этой странице). Абсолютное большинство учащейся молодежи проявляет особую любовь, когда дело доходит до выполнения домашних заданий, — куда проще скачать реферат из сети, чем писать его самому. Наибольшую пассивность проявляют студенты экономических и гуманитарных факультетов: чаще всего в запросах со словом «реферат» соседствуют слова «банк», «экономика», «философия», «психология» и «культура».

Место	Слово	Январь	Февраль	Март	Апрель	Май	Июнь	Июль	Август	Сентябрь	Всего
1	Игра	381,6	555,9	338,4	386,2	323,9	354,0	373,4	355,0	496,4	9732,1
2	Россия	230,4	249,3	270,1	347,6	308,3	315,2	246,3	243,7	418,3	7370,1
3	Москва	475,8	455,5	468,7	602,1	531,7	611,0	774,7	692,0	912,2	5523,6
4	Секс	176,3	156,4	162,5	202,7	163,0	184,7	215,9	185,3	247,3	5455,6
5	MP3	424,7	383,3	434,2	535,0	430,4	452,2	522,2	466,8	622,1	4270,8
6	Реферат	474,6	447,2	586,7	867,0	830,3	315,8	71,6	70,9	544,4	4208,6
7	Программа	352,2	304,2	304,4	374,1	324,0	317,6	321,8	317,3	483,8	3099,4
8	Работа	280,0	274,2	294,9	370,1	317,7	290,6	303,9	273,7	463,9	2868,9
9	Телефон	262,9	227,6	228,7	281,1	247,2	261,3	334,4	296,6	445,0	2585,7
10	Футбол	31,0	25,6	45,8	62,5	92,3	589,8	76,4	54,5	82,2	1059,2

Яндекс.ру, январь—сентябрь 2002 года.

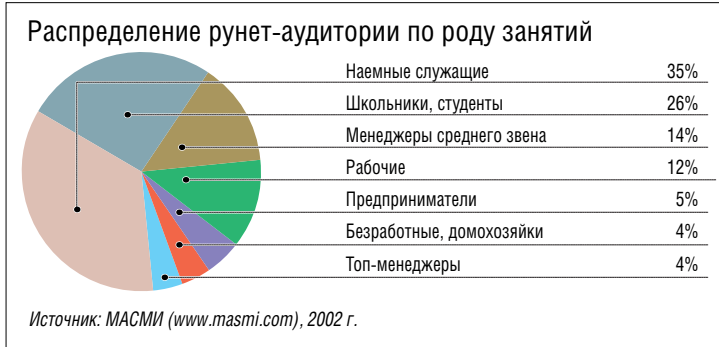
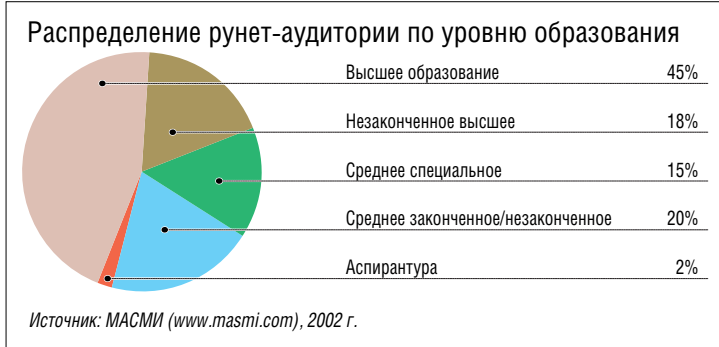
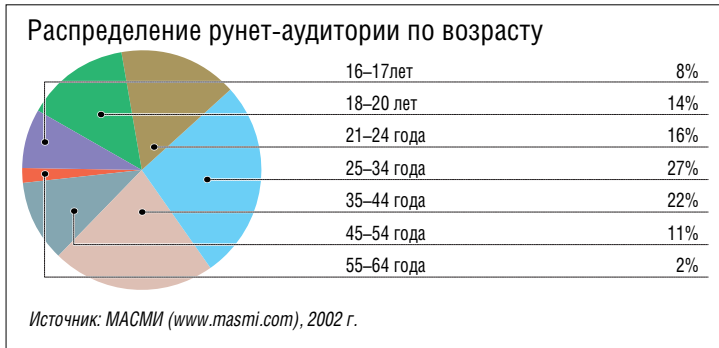
Место для богатых

доходы

Чем больше у человека денег, тем больше вероятность, что он подключен к Всемирной сети — этот несложный вывод позволяют сделать результаты исследования, проведенного компанией MASMI (www.masmi.com).

Чтобы установить связь между доходами граждан России и их тягой к интернету, MASMI опросила 3500 респондентов. Выяснилось вот что: в той части населения страны, где доходы каждого человека не превышают 1,5 тысячи рублей в месяц, интернет-пользователей всего 2,75%. Зато в группе с ежемесячными доходами от 8 до 10 тысяч рублей уже 18,88% сетевиков. Наконец, среди богатей (15 тысяч рублей и больше в месяц) каждый второй подключен к WWW.

Для справки: по данным Госкомстата, размер средней зарплаты работника в России сейчас составляет 4520 рублей. В группе с такими доходами, по данным MASMI, к интернету допущены 11,9% граждан. Любопытно, что эта цифра близка к общему показателю internet-penetration («проникновения интернета») по стране: MASMI утверждает, что в целом 12,71% городского населения России «охвачено» сетью.



Неясно, какое утверждение больше соответствует истине: «чем богаче человек, тем больше у него возможностей подключиться к интернету» или «чем больше времени человек проводит в сети, тем больше у него возможности заработать серьезные деньги». Скорее всего эти два фактора взаимосвязаны. Но в целом отчет MASMI рисует радужную картину. Типичный «сетевой» житель России хорошо образован (65% интернет-пользователей уже имеют высшее образование или вот-вот его получат) и энергичен (96% учатся или работают). Это позволяет ему иметь неплохие доходы: 31,69% сетевиков получают в месяц от 4 до 8 тысяч рублей, 14,38% — от 8 до 10 тысяч, а 26,3% — от 10 до 15 тысяч рублей и выше.

И все же большинство посетителей WWW уверены, что лучшее, конечно, впереди. 37% опрошенных сайтом «Росбизнесконсалтинг» (www.rbc.ru) пользователей уверены, что в скором будущем их семья будет иметь гораздо более высокий уровень жизни, чем в целом по России. А еще 31% участников опроса намерены достичь европейского уровня доходов или даже превзойти его.

ЕЛЕНА ФЕДОТОВА

прямая речь

Вам в интернет-магазинах что не нравится?

Алексей Сидоренко, гендиректор компании «Группа Махаон»

— Я не помню, чтобы получал какие-то выгоды от лояльности к определенным магазинам, какие-то специальные предложения, основанные на моей истории покупок. Если даже обычные магазины внедряют у себя подобные системы, вкладывая деньги в создание баз данных своих клиентов, то для интернет-магазинов все должно быть на порядки проще, вся информация есть — история покупок, предпочтения, поведение и т. п. Но не делают. Сидят в тщательном и четко ограниченном пространстве — от «извините, это не наша компетенция, все это мы заказываем на

складе поставщика» до «извините, это не нам, мы все передали в курьерскую службу».

Сергей Бережной, журналист:

— В отечественных интернет-магазинах мне не нравится то, что они упорно ведут себя как магазины обычные. Между тем опыт многих коммерческих интернет-ресурсов показывает, что в сети «продается» не столько товар, сколько информация о товаре. Сетевой покупатель лишен возможности поддержать в руках волежденный диск, прогнать тест на присмотренном принтере или испытать прочность офисного стула, но он хочет сделать покупку и ждет, что его в этом наме-

рении поддержат. Увы, большинство интернет-магазинов просто показывают, что товар у них есть. Системы информационного «обволакивания» покупателя почти нигде нет. В этом отношении дальше всех ушел Amazon.com, который способен индивидуально «обработать» каждого клиента, — но для того, чтобы следовать его примеру, у отечественных магазинов банально не хватает ресурсов. Покупатель должен общаться не с тупым механизмом для процессинга кредитных карт, а с интеллектуальным информационным ресурсом, который со временем способен адаптироваться к индивидуальным запросам заказчика и, возможно, даже взять

на себя инициативу по удовлетворению этих запросов.

Вадим Васильев, руководитель Imageland Interactive:

— Может быть, это прозвучит странно, но лично меня устраивает ситуация на рынке электронной коммерции в России. Я практически все покупаю через интернет, и у меня почти никогда не возникает сложностей или проблем. Разве что еду я покупаю в офлайне, так как мне очень нравится ездить с тележкой по супермаркету и накладывать туда всякую ерунду. С одеждой та же история. Это не вина интернета или магазина, просто мне нравится процесс покупки.

ADSL

НОВЫЕ СКОРОСТИ ИНТЕРНЕТ-РЕШЕНИЙ

Компания «Комбеллга» предлагает новую услугу для пользователей Интернета – Stream-line.

Stream-line – это постоянный высокоскоростной доступ в Интернет по технологии ADSL (Asymmetric Digital Subscriber Line).

Stream-line – это возможность работать в Интернете и одновременно разговаривать по телефону.

Stream-line – это высокое качество при низких затратах!

комбеллга

117049, Москва, ул. Мытная, д. 1. Тел. (7 095) 931-9950, факс (7 095) 937-3636
e-mail: adsl@combellga.ru, <http://www.combellga.ru>