

# Интернет в России и в субъектах федерации

Результаты исследовательского проекта  
«Интернет в России / Россия в Интернете»

Ефим Галицкий, Фонд «Общественное мнение»

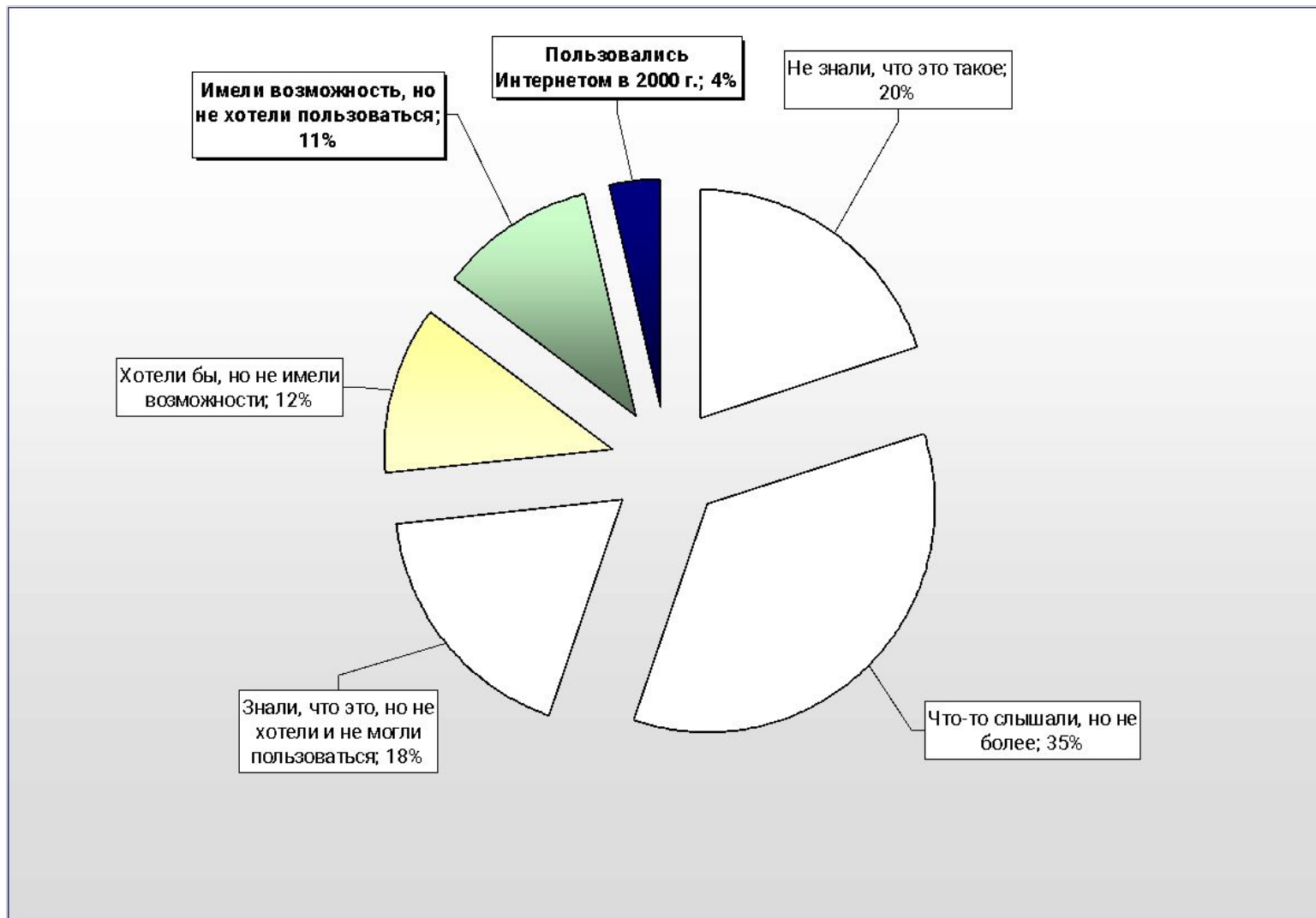
*Доклад на Российском Интернет – форуме (РИФ-2006)  
(пансионат «Лесные дали», 22-23 марта 2006 г.)*

# «Интернет в России / Россия в Интернете».

## Начало тысячелетия – начало проекта

- **2000 г.** - крупнейший одномоментный репрезентативный опрос населения (ФОМ и Страна.ру)
- Размер выборки - 70 тысяч респондентов
- Исследуемая совокупность – население 14+ городов и ПГТ
- Метод – интервью по месту жительства респондентов
- Выборка - адресная

# Интернет в России – начало пути (2000 г., городское население 14+)



# Сегодня ФОМ исследует Интернет двумя методами

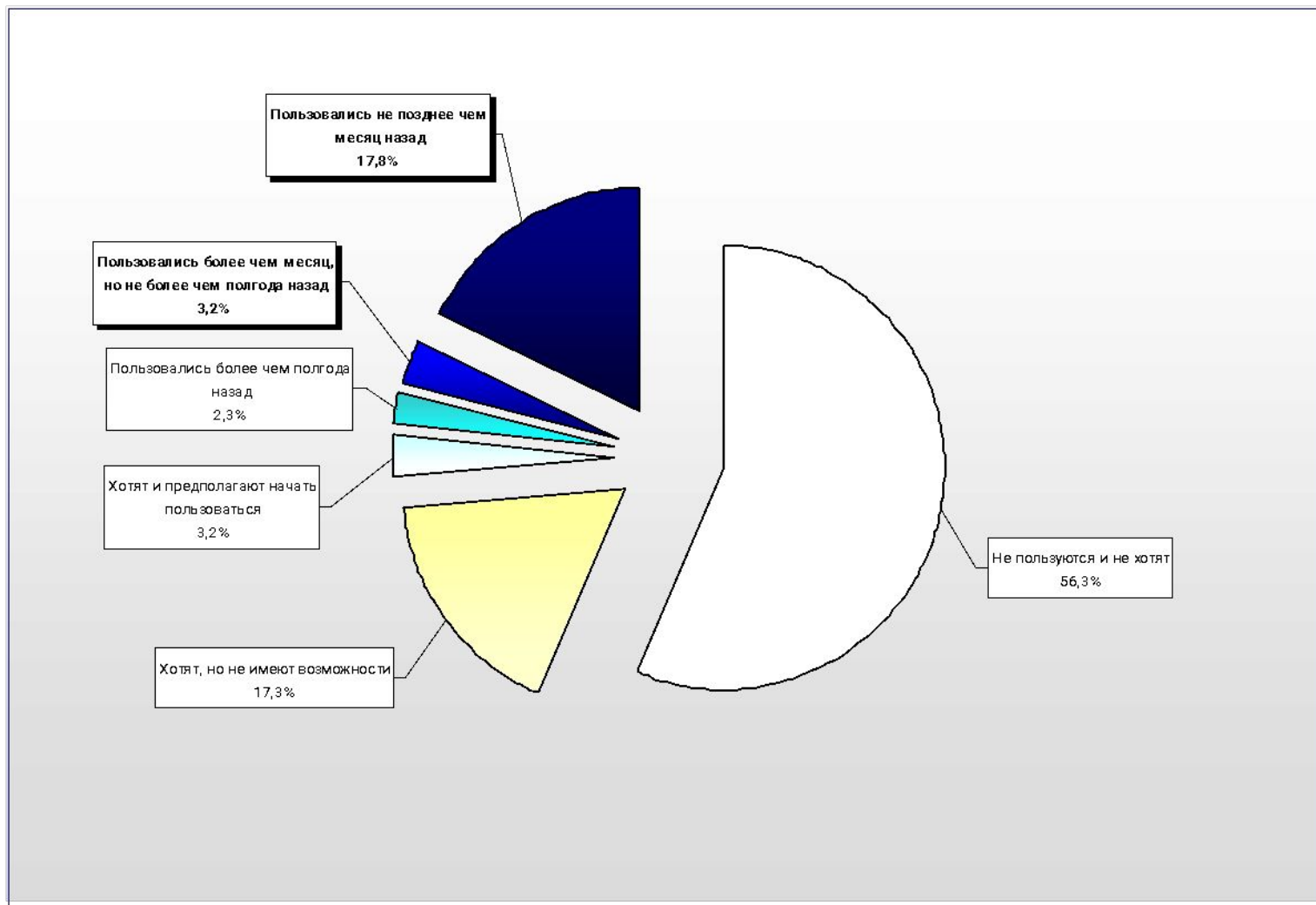
- Общие черты
  - Вопросы
    - пользовался ли он когда-нибудь Интернетом?
    - если да, то где (дома, на работе и т.д.) и когда он был в Сети в последний раз?
  - Репрезентативные опросы на дому 18+
- Первый метод – опросы раз в 2 недели
  - Дополнительный вопрос
    - планирует ли начать пользоваться и когда
  - Отчеты раз в сезон – на сайте [www.fom.ru](http://www.fom.ru)
- Второй метод – опросы раз в полгода в каждом из 69 субъектов
  - В отчете – данные о каждом субъекте по материалам двух опросов

# Исследование 1. Общероссийские опросы каждые две недели

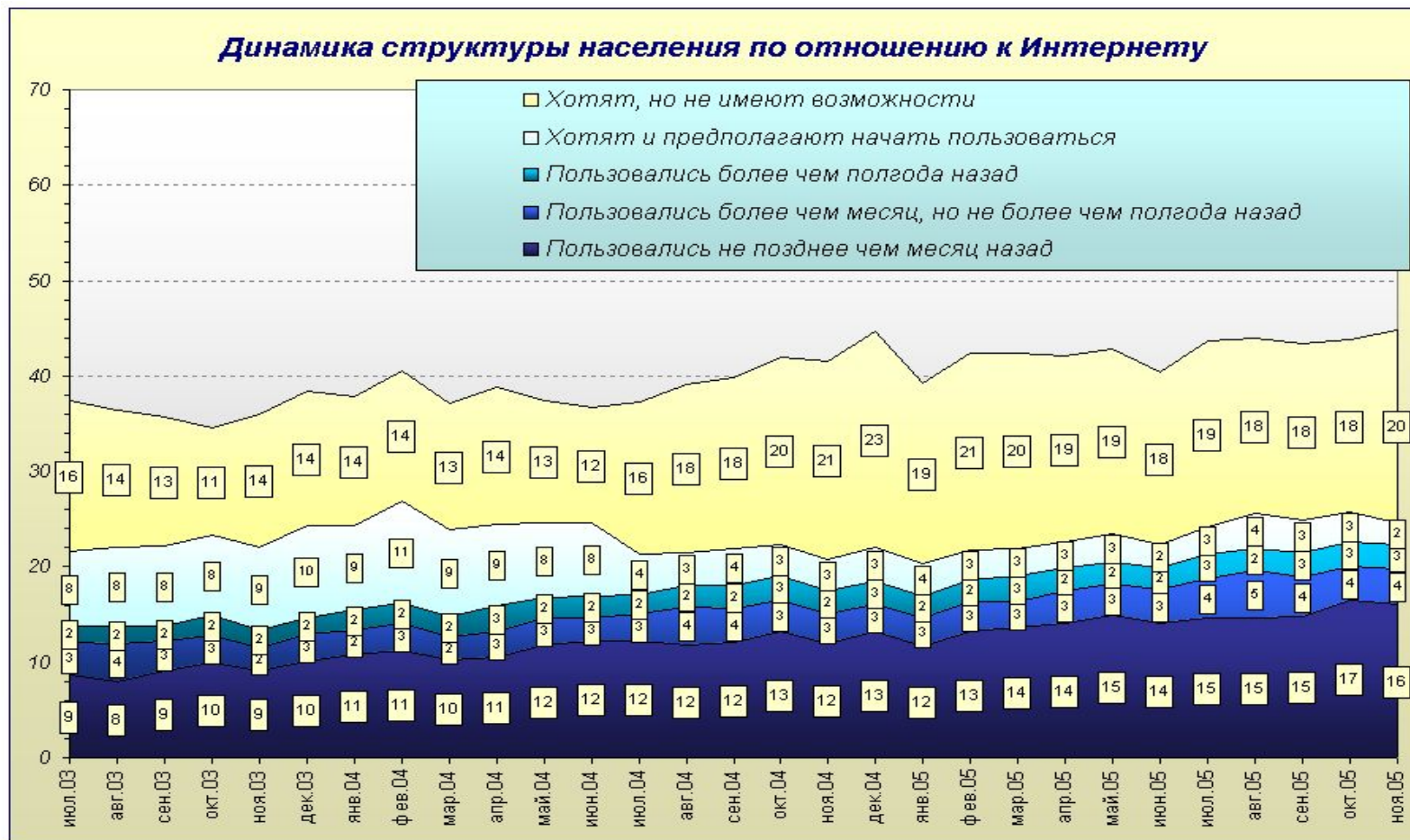
- С лета 2002 г. по неизменной методике
- Исследуемая совокупность – городское и сельское население России 18+
- Периодичность опросов – раз в 2 недели
- Размер выборки 3 тыс. респондентов
- Данные объединяются за сезон (12-18 тыс. респондентов)
- Выпущено 12 бюллетеней из серии «Опросы: Интернет в России» («Весна», «Лето», «Осень», «Зима»)
- Бесплатный доступ на сайте ФОМ (<http://www.fom.ru/projects/23.html>)
- Готовится выпуск 14 – Зима-2005-2006.  
В докладе впервые публикуются основные результаты

# Что происходит сегодня?

(Городское и сельское население 18+, зима 2005-2006)



# Динамика роста Рунета



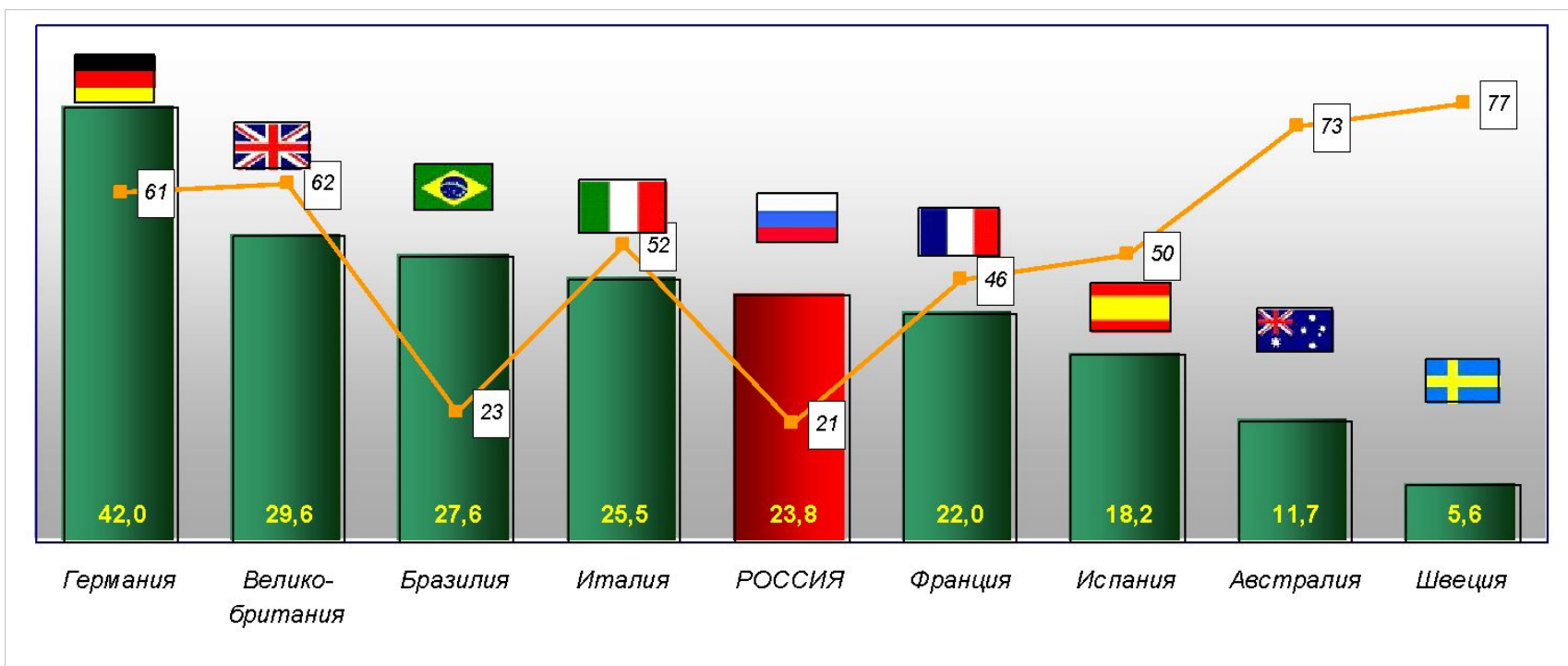
# Линейная модель роста полугодовой аудитории

- Рост полугодовой аудитории составляет 0,3 п.п. в месяц.  
(Модель объясняет 94% дисперсии.)
- Рост доли затронутых Интернетом (либо пользующихся, либо желающих им пользоваться) составляет 0,29 п.п. в месяц.
- Кривые пока не выходят на насыщение



# Зима 2004-05: обошли Францию по численности пользователей!

(столбцы – млн. чел., линия – % в населении 18+)



Россия – результаты описанных выше исследований первого типа, приведенные в готовящемся к выпуску Бюллетене ФОМ «Опросы «Интернет в России». Выпуск 14. Зима 2005-2006».

Страны мира – по данным Nielsen//NetRatings Global Internet Trends™ Regional Reports, Quarter 4, 2005; October - December 2005.

(В этих данных, в отличие от России, учтены пользователи Интернета в возрасте 16-17 лет и не учтены – не имеющие домашнего телефона.)

# Исследование 2.

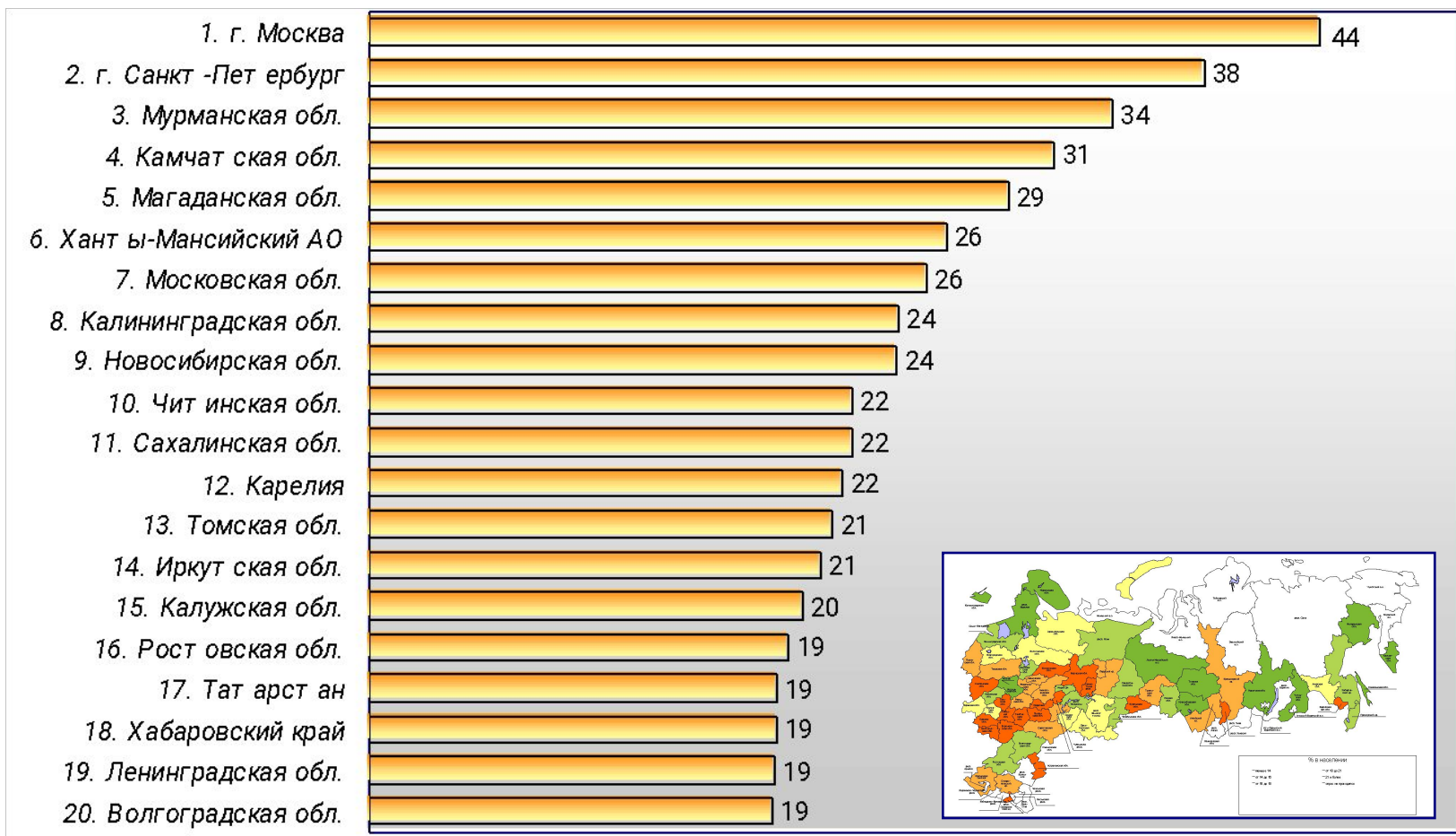
## Опросы в субъектах РФ

- Одномоментные опросы 2 раза в год
- Исследуемая совокупность – городское и сельское население **каждого** из 69 субъектов РФ (кроме «горячих точек» и малонаселенных территорий)
- Население охваченных опросов субъектов 94,3% всего населения страны
- Выборка
  - 1000 респондентов в каждом субъекте РФ (по 500 – весной и осенью)
  - Общий годовой размер выборки – 69 тыс. респондентов
- Опрос – по месту жительства респондентов
- Сегодня впервые демонстрируются материалы из Атласа «Интернет в субъектах РФ». Выпуск 1.

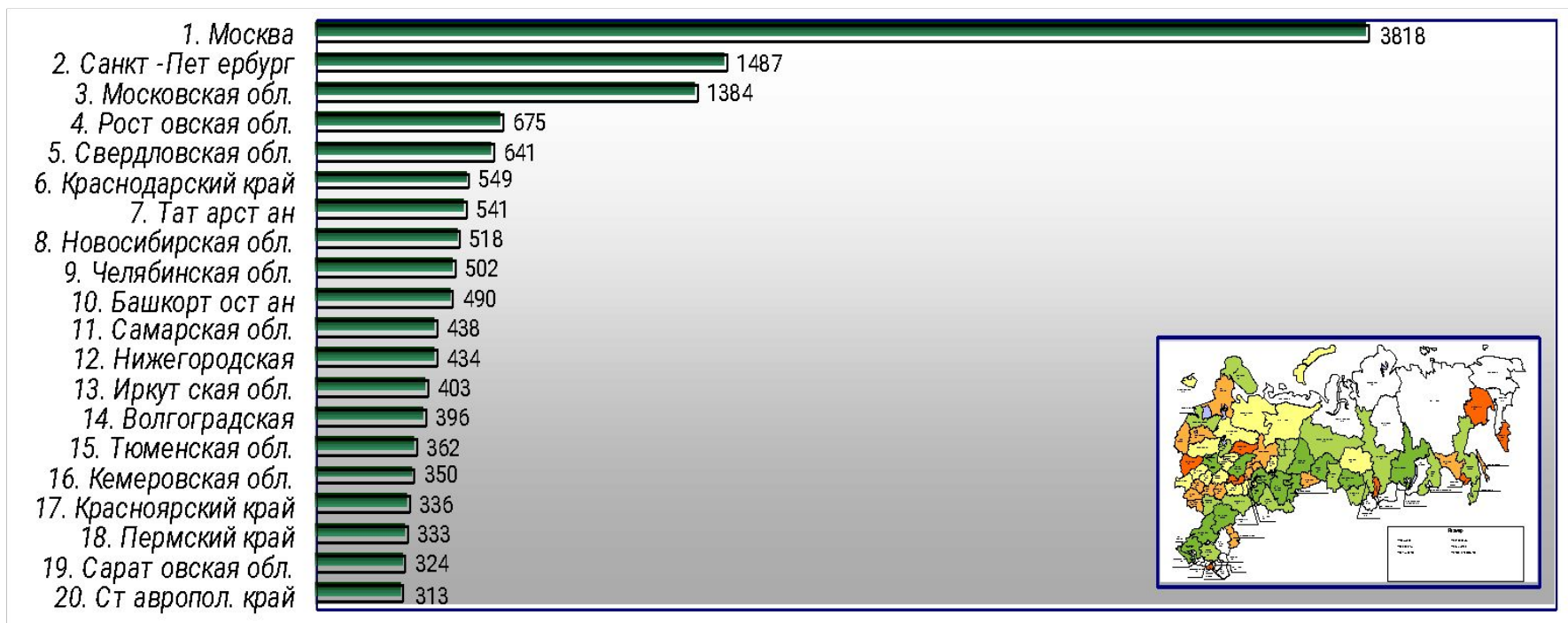
# Структура Атласа

- Пояснения
- Часть 1. Относительные показатели распространенности Интернета (%)
  - Аудитории Интернета в населении
  - Пользователи Интернета в социально-демографических группах (пол, возраст, образование, доход)
  - Опыт пользования Интернетом за полгода (дома, на работе, по месту учебы, в Интернет-кафе, у знакомых)
  - Динамика распространенности Интернета
- Часть 2. Абсолютные показатели распространенности Интернета, тыс. чел.
  - Аудитории Интернета в населении
  - Пользователи Интернета в социально-демографических группах (пол, возраст, образование, доход)
  - Опыт пользования Интернетом за полгода (дома, на работе, по месту учебы, в Интернет-кафе, у знакомых)
  - Динамика распространенности Интернета

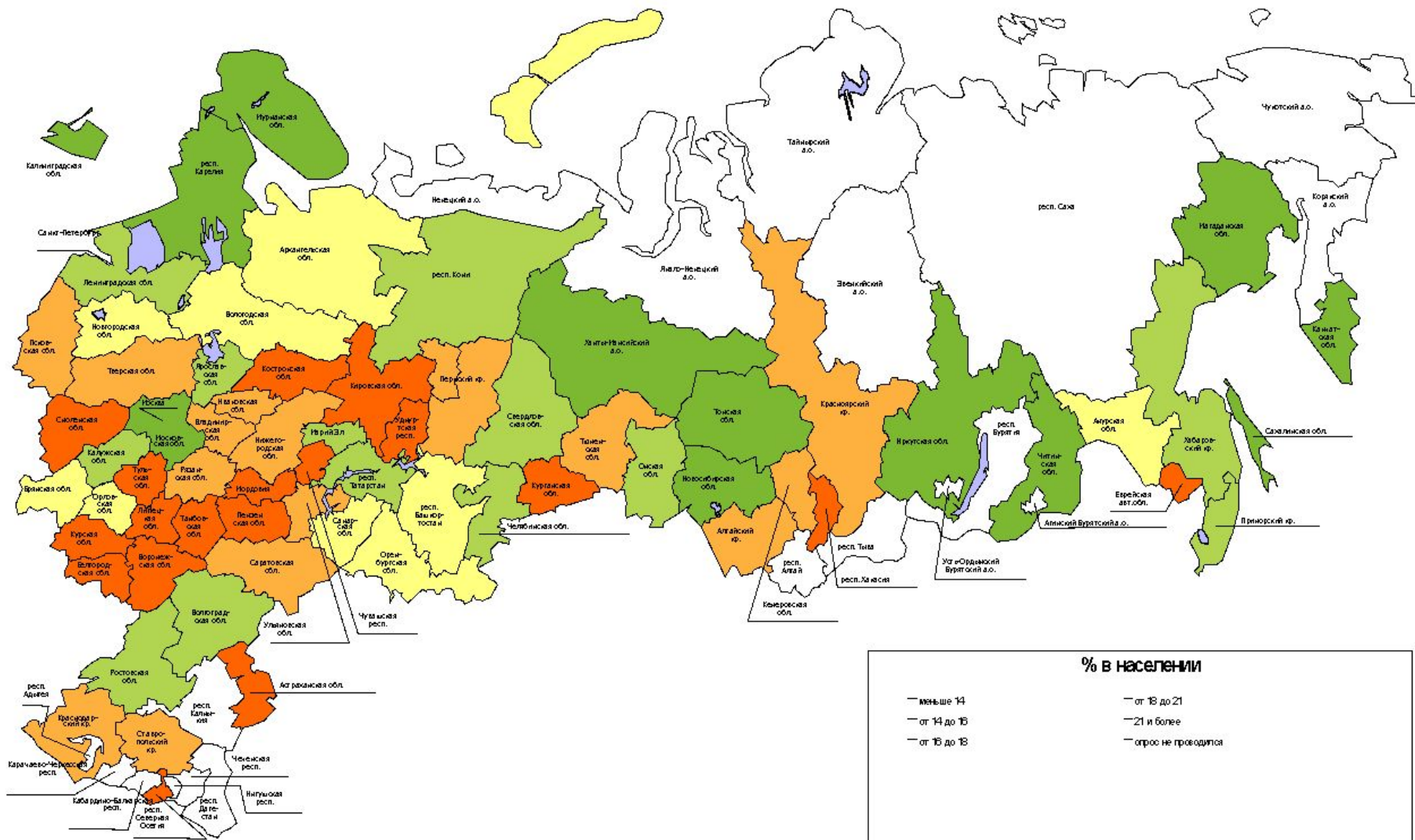
# Первая «двадцатка» субъектов РФ по доле полугодовой аудитории в населении 18+, %



# Первая «двадцатка» субъектов РФ по абсолютному размеру полугодовой аудитории 18+, млн. чел.

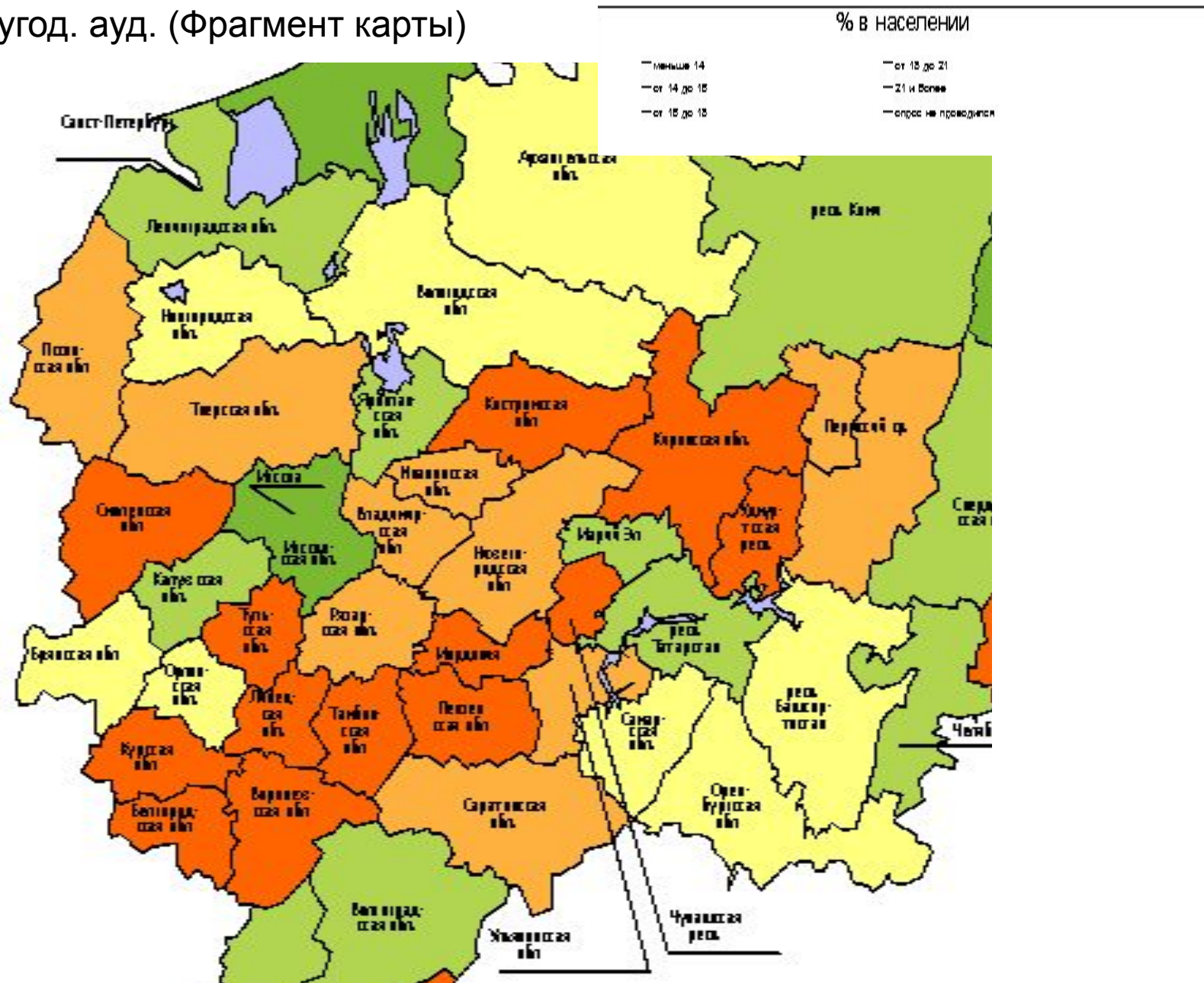


# Полугодовая аудитория Интернета в субъектах РФ (% от населения 18+). Карта

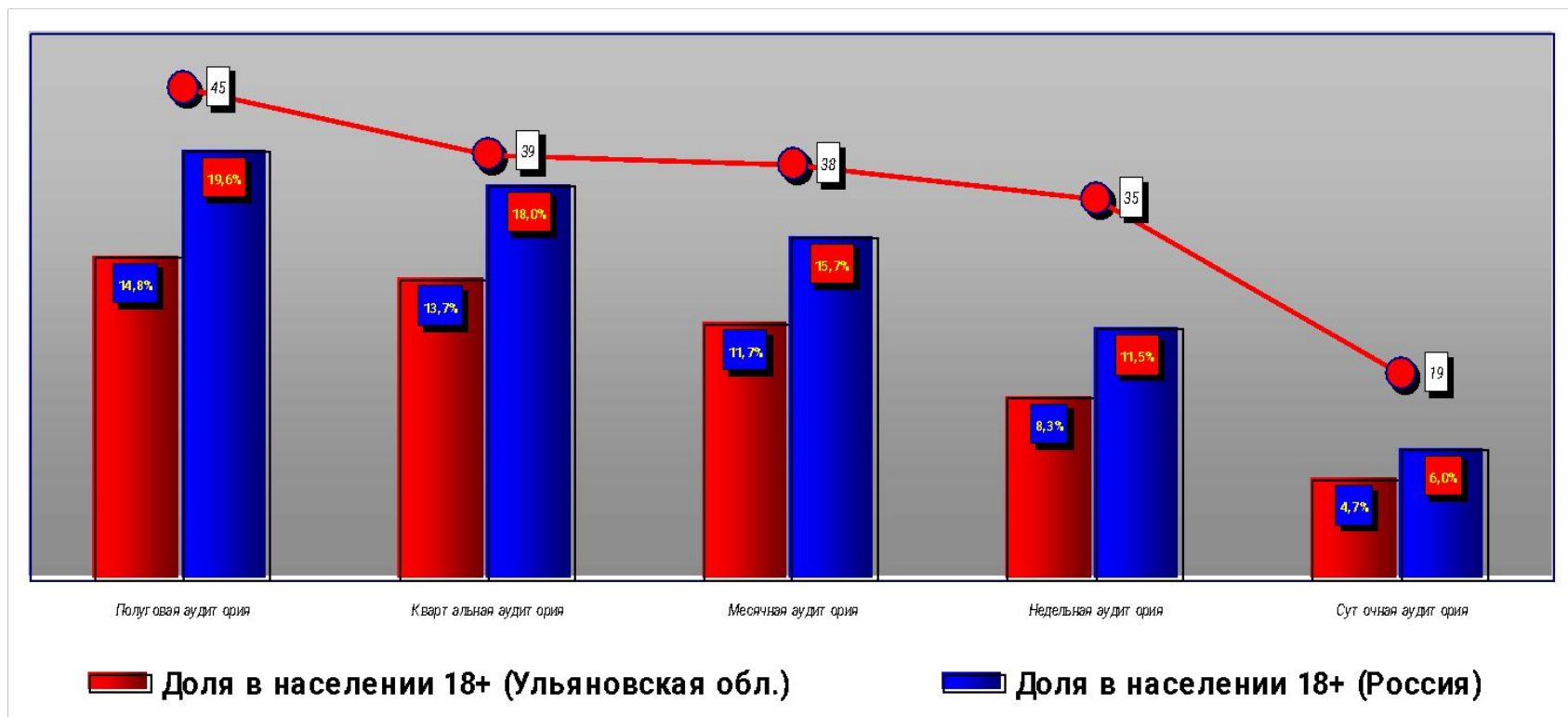




# Полугод. ауд. (Фрагмент карты)

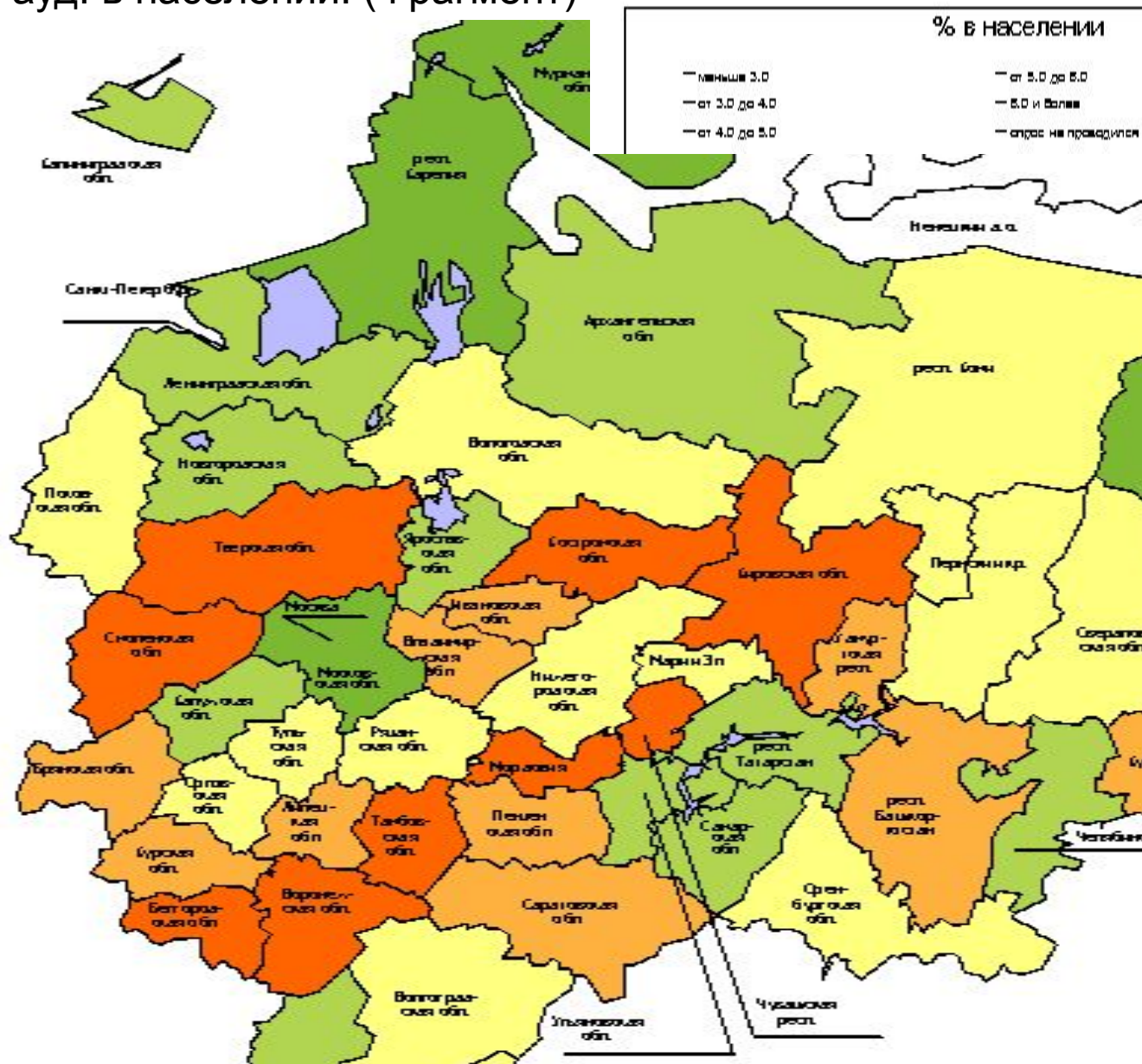


# Пример: Ульяновская область – повышение ранга на активных аудиториях

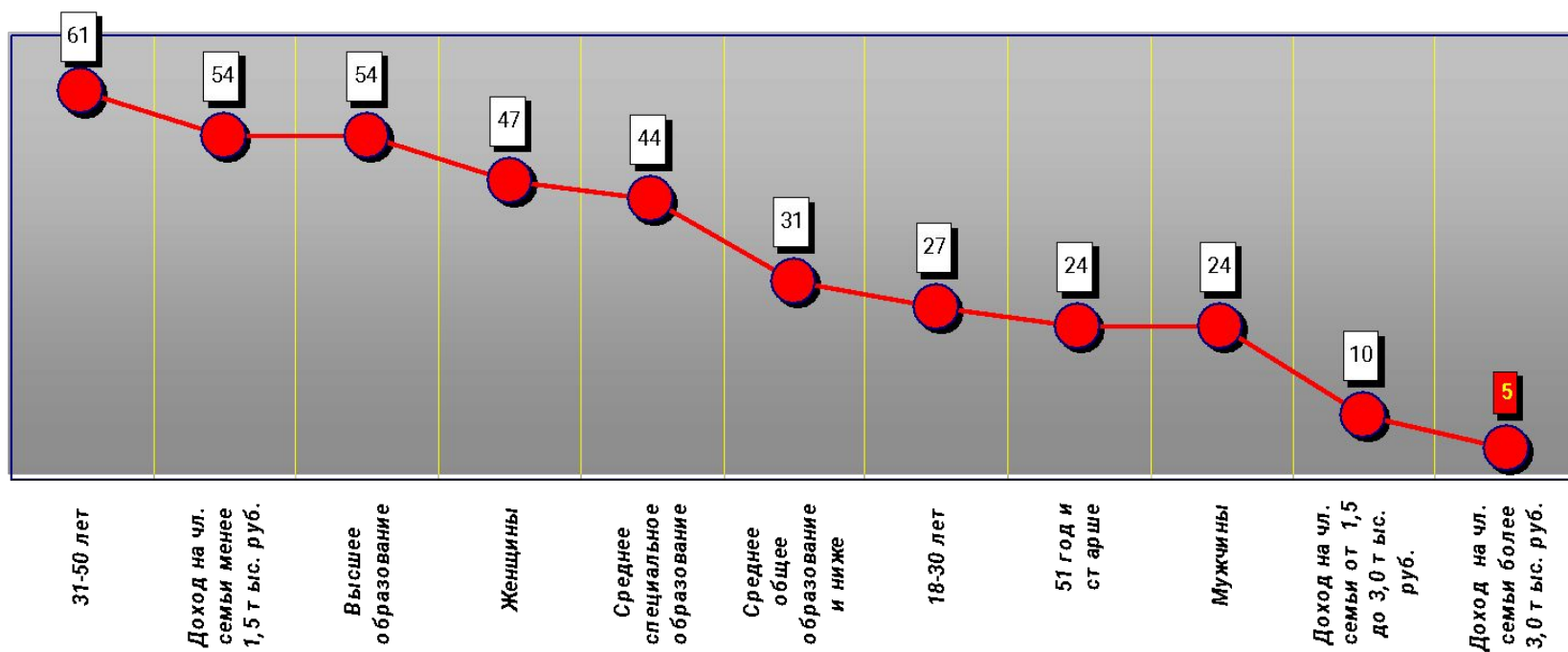




# Суточная ауд. в населении. (Фрагмент)



# Пример: Ульяновская область – высокий ранг в ресурсных группах





# Линейные модели аудиторий Интернета в % к численности 18+

	Суточная	Месячная	Полугодовая
Отношение дохода к прожиточному минимуму	<b>+6,84</b>	<b>+6,41</b>	<b>+6,06</b>
Средний доход, т.р.		<b>+2,26</b>	<b>+1,71</b>
% лиц с высшим образов.	<b>+0,44</b>	<b>+0,57</b>	<b>+0,55</b>
% сельского населения			<b>-0,11</b>
Средний возраст			<b>-1,27</b>
Свободный член модели	-8,38	-7,30	+58,13
Доля объясненной дисперсии	70%	75%	80%