

Влияние мобильного интернета на трансформацию повседневных интернет-практик молодежи

Суханова Альбина Шамильевна

Аспирант

Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, Институт государственной службы и управления, Факультет государственного и муниципального управления, Москва, Россия

E-mail: albina.khal@gmail.com

Число активных пользователей интернета в России находится на одном из лидирующих позиций по общемировому рейтингу. Интернет и сопутствующие технологии, связанные с его уникальными возможностями передавать и транслировать огромные объемы информации на большие расстояния, без привязки к времени и физически-географическому месту, а так же всеобщая на сегодняшний день доступность интернет-среды для молодежного населения страны, значительно повлияли на повседневные практики российской молодежи. И именно молодежь (в возрасте от 18 до 30 лет) как группа характеризуется максимальной вовлеченностью в интернет-среду. Согласно данным опроса Левада-Центра чуть более 70% жителей России в возрасте от 18 и старше пользуются интернетом, а по данным исследовательского агентства TNS, интернетом пользуется 69% населения в возрасте от 12 лет.[1][5] Так же исследователями TNS отмечается с 2016 года рост аудитории интернет-пользователь отмечен только в контексте использования **мобильного интернета** (на 6 млн. человек).[2]

Возрастание числа пользователей смартфонов, а соответственно и увеличение потребления мобильного интернета, в России перекликается с общемировым трендом: ежегодный отчет об исследовании аудитории от Рейтерс говорит, что пользователей мобильного интернета с использованием смартфонов увеличилось повсеместно, особенно - в США, Великобритании, Японии (еженедельное использование выросло с 37 до 46% за 2 предыдущих года). И, согласно выводам исследователей, однозначно прослеживается тенденции к увеличению доли участия в повседневных практиках мобильных устройств. [1]

Мобильным интернетом на мобильных устройствах пользуются 46,6% российских пользователей интернета. [3] Согласно открытой статистике Яндекса, средняя продолжительность нахождения в сети интернет-пользователя за один день - 148 минут, а время нахождения пользователей в сети с использованием мобильного интернета не многим меньше - 110 минут. [5] Это соответствует общемировым тенденциям. Так же хотелось бы обозначить, что именно среди молодежи (в возрасте от 16 до 29 лет) самая высокая доля пользователей мобильного интернета со смартфонов (70% от основной аудитории) и планшетов (35% от основной аудитории).[5]

Поэтому очевидно влияние мобильного интернета на повседневные интернет-практики российской молодежи. Чтобы выявить это влияние можно проанализировать приложения для мобильных платформ, которые, в виду своей разнообразной тематической и функциональной направленности, качественно меняют структуру интернет-практик, добавляя в жизнь молодых пользователей элемент круглосуточного присутствия онлайн: постоянным отслеживанием своих подписок, статусов, лайков, репостов, обновлений, круглосуточный мониторинг почты, личных сообщений, безлимитный доступ к интернет-среде, ограниченный только персональным желанием и здравым смыслом.

Для анализа интернет-практик молодежи в ключе исследования мобильного интернета рассмотрены данные о самых востребованных приложений для мобильных платформ для

самой популярной в стране мобильной платформы Android (59% владельцев смартфонов и планшетов используют именно Android-девайсы). [4] И так как 60% молодежи используют технику на базе Android, анализ на базе Google Play наиболее полно отражает интернет-практики молодежи в среде мобильного интернета.

Были рассмотрены 50 наиболее популярных бесплатных приложений в маркете приложений Google Play. Из этого списка можно выделить группы приложений по тематической направленности.

Наиболее популярны приложения коммуникативной направленности, замещающие в повседневных практиках популярные ранее sms-общение, интернет-чаты. В этих приложениях пользователи напрямую обмениваются друг с другом мгновенными сообщениями (текстовыми, аудио, видео). WhatsApp и Viber примерно аналогичные по функционалу, занимают первое и пятое места рейтинга соответственно.

На втором месте - приложения для реализации потребительских практик, упрощающие или заменяющие собой ранее популярные бытовые повседневные практики: различные карты и навигаторы, например, *Яндекс.Навигатор* и *2ГИС*, на 15 и 23 местах соответственно, различные потребительские практики в области покупки-продажи товаров и услуг, например, виртуальные доски объявлений *Юла* и *Объявления Avito*, на 4 и 8 местах соответственно, приложения, облегчающие покупку товаров в виртуальной среде, приложения-для сайтов по продаже товаров, например, магазин-приложение *AliExpress* на 7 месте рейтинга,

На третьем месте всевозможные развлекательно-досуговые приложения, такие как приложения о видео, аудио, например, *Зайцев.нет Музыка* на 18 месте рейтинга, и игровом контенте, например *Мой Говорящий Том* и *Angry Birds 2*, находящиеся на 24 и на 29 местах рейтинга соответственно.

В заключении можно сказать, что сегодня смартфоны из средств исключительно коммуникативных превратились в многофункциональное устройство для реализации всевозможных повседневных практик молодежи: досуговых (игры, музыка, видео), потребительских (заказ товаров, услуг, отзывы о товарах, услугах) и всевозможных других, охватывающих практически все сферы социальной и частной жизни современного молодого россиянина.

Источники и литература

- 1) 1. Reuters Institute Digital News Report 2017 [Электронный ресурс] URL: http://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/Digital%20News%20Report%202017%20web_0.pdf?utm_source=digitalnewsreport.org&utm_medium=referral (дата обращения 5.02.2018)
- 2) 2. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНТЕРНЕТА – исследование АНО “Левада-Центр” [Электронный ресурс] URL: <https://www.levada.ru/2016/09/29/ispolzovanie-interneta-2/> (дата обращения 5.02.2018)
- 3) 3. Исследование GfK: Тенденции развития Интернет-аудитории в России [Электронный ресурс] URL: http://www.gfk.com/fileadmin/user_upload/dyna_content/RU/Documents/Press_Releases/2017/GfK_Rus_Press_Release_Internet_Audience_in_Russia_2016.pdf (дата обращения 5.02.2018)
- 4) 4. Матвеева А. Criteo: российские пользователи чаще покупают с планшетов, чем со смартфонов [Электронный ресурс] URL: https://www.searchengines.ru/criteo_rossiyskie_polz_15.html (дата обращения 5.02.2018)
- 5) 5. Форум РИФ+КИБ 2016: итоги [Электронный ресурс] URL: <http://2016.russianinternetforum.ru/itogi/#itogi1> (дата обращения 5.02.2018)