

Чего желает общество:

Стремление россиян к контролю интернета

Эрик Нисбет, Центр изучения
глобальных коммуникаций и ВЦИОМ



Чего желает общество: Стремление россиян к контролю интернета.

Доклад создан в рамках деятельности Обсерватории интернет-политики – программы Центра изучения глобальных коммуникаций при Анненбергской школе коммуникаций Университета Пенсильвании. Доклад написан Эриком Нисбетом на основании результатов исследования, разработанного и проведенного Всероссийским центром изучения общественного мнения (ВЦИОМ) в сотрудничестве с Центром изучения глобальных коммуникаций.

Обсерватория интернет-политики (ОИП) – программа исследования динамично развивающейся среды на стыке технологий и политики. ОИП служит площадкой для дискуссий об управлении интернетом, а также для предоставления релевантных данных и аналитики активистам, исследователям, политикам и другим заинтересованным сторонам. Обсерватория спонсирует и самостоятельно проводит изучение текущих событий и ключевых решений в области интернет-политики. За дополнительной информацией о проекте, включая совместные исследования с ОИП, пожалуйста, обращайтесь к сайту globalnetpolicy.org или пишите по адресу internetpolicy@asc.upenn.edu.

Центр изучения глобальных коммуникаций (ЦИГК) – лидер международного образования и подготовки в области сравнительного правоведения и политики СМИ. Центр предоставляет возможность студентам, исследователям, юристам, представителям органов власти и гражданского общества и многим другим оценивать и обсуждать темы международных коммуникаций. В сотрудничестве с Анненбергской школой коммуникаций, Университетом Пенсильвании, а также исследовательскими центрами, учеными и практиками со всего мира, ЦИГК предоставляет аспирантам возможность для проведения исследований; организует конференции и тренинги; а также консультирует научные центры, правительства и некоммерческие организации.

Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ) – старейшая и ведущая на постсоветском пространстве компания, специализирующаяся на маркетинговых и социально-политических исследованиях. ВЦИОМ проводит социологические исследования «полного цикла» – от разработки инструментария и сбора данных по политическим, социальным и экономическим вопросам до их анализа и презентации результатов клиентам и партнерам в России и за рубежом. Дополнительная информация доступна на сайте компании wciom.com.

Эрик С. Нисбет (Доктор наук, Корнелльский Университет) – профессор коммуникаций, политологии и экологической политики в Университете штата Огайо. Он также является сотрудником Центра Мерсона по изучению вопросов международной безопасности и старшим исследователем в Проекте сравнительного исследования национальной избирательной системы, финансируемого Центром Мерсона. Доктор Нисбет состоит в редколлегии *International Journal of Public Opinion Research*. Исследования г-на Нисбета сосредоточены на сравнительной политической коммуникации и поведении, со специализацией в сравнительном изучении демократизации и политики на Ближнем Востоке и в Северной Африке. Проф. Нисбет – автор более 20 публикаций и рецензированных статей в таких журналах, как *Journal of Communication*, *Communication Research*, *Political Communication*, *Annals of the American Academy of Political Science*, *International Journal of Public Opinion Research*, *Public Understanding of Science* и *The Information Society*.

Издатель русскоязычной версии доклада:

The SecDev Foundation – некоммерческий аналитический фонд (Оттава, Канада), исследующий вопросы регулирования, управления и безопасности киберпространства в странах постсоветского региона, Ближнего Востока и Азии. Фонд, в партнерстве с Центром изучения глобальных коммуникаций и другими исследовательскими организациями, выпускает Digital Report (digital.report) – информационную онлайн-платформу о цифровом развитии постсоветского пространства, адресованную профессиональному ИТ-сообществу (академическому, государственному, гражданскому, предпринимательскому). Digital Report освещает законодательное регулирование, государственное управление, кибербезопасность, доступ к информации, лучшие практики и другие аспекты информационно-телекоммуникационной сферы.

Содержание

Предисловие	4
Краткое содержание результатов исследования.....	7
Портрет российских интернет-пользователей	10
Основные источники информации: онлайн и офлайн	13
Отношение россиян к влиянию интернета на общество и вредоносному контенту	16
Отношение россиян к интернет-цензуре.....	21
Отношение россиян к законодательному регулированию интернета	23
Гражданская мобилизация и протестные настроения	26
Методология исследования.....	28

Предисловие

Монро Прайс

Какова роль общественного мнения в формировании политики в отношении интернета? Этот кажущийся простым вопрос лежит в основе важного направления исследований в нашей Обсерватории интернет-политики – программе в рамках Центра изучения глобальных коммуникаций Анненбергской школы коммуникаций (Университет Пенсильвании).

Полезно, например, определить взаимосвязь между общественным мнением и мультистейкхолдеризмом (баланс интересов участвующих сторон), господствующей ныне моделью в области управления интернетом. Приверженцы мультистейкхолдеризма верят, что «общественность» представлена здесь через комплексное взаимодействие государства, бизнеса и гражданского общества.

«Общественное мнение» подчиняется иной логике. Оно может рассматриваться как сводное желание некоего сообщества, в каждом случае разного. В то же самое время оно – «вещь в себе» и потому общественное мнение, в этом понимании, обретает статус одной из полноценных заинтересованных сторон. По крайней мере, в идеале, общественное мнение представляет само себя. Очень важно достичь понимания общественности и формулирования общественного мнения, т.к. именно их интересами часто оправдывают те или иные политические действия.

В либеральных демократиях и полуавторитарных режимах общественное мнение может действовать как элемент «голоса» в том смысле, в котором его использует Альберт Хиршман в книге «Выход, голос и верность» (Exit, Voice and Loyalty). Отслеживание общественного мнения может служить системой раннего оповещения о росте недовольства или неодобрения официальной политикой. В качестве источника аналитики, общественное мнение указывает главам государств, повышают ли их действия лояльность граждан или, напротив, создают импульс для радикальных перемен. Правительства и чиновники формируют, реагируют на и апеллируют к общественному мнению. Все эти факторы дефиниций, контекста и институций указывают на важность дальнейшего пристального внимания к общественному мнению как ключевой переменной в международных усилиях по решению вопросов управления интернетом.

Что нам может поведать общественное мнение? Доклад, представленный ниже, проливает на это свет. С точки зрения общественного стремления к свободному интернету, результат довольно неутешительный. К примеру, только полный запрет интернета, сродни Северной Корее, кажется российским гражданам достаточно важным поводом для выступления в защиту свободы в сети. Остальные же ограничительные меры властей и формы цензуры не сподвигнут граждан на какие-либо активные действия. Многие, если не большинство, россиян верят, что правительство должно осуществлять онлайн-цензуру иностранных СМИ и вебсайтов, а также что иностранные государства используют интернет во вред России.

Вот некоторые ключевые показатели из настоящего исследования о поддержке цензуры и недостаточной поддержке свободы интернета:

1. Почти половина (49%) россиян считает, что информацию в интернете следует цензурировать;
2. Значительная доля (42%) россиян верит в то, что иностранные государства используют интернет во вред России и ее интересам. Примерно четверть россиян считают, что интернет угрожает политической стабильности (24%).
3. Существенная часть россиян не хочет, чтобы критическая информация о правительстве и призывы к политическим переменам были доступны онлайн. Примерно четыре из пяти респондентов (81%) заявили о своем отрицательном отношении к призывам протестовать против правительства и сменить руководство страны. Примерно тот же процент россиян (79%) негативно относится к веб-сайтам и группам в соцсетях, которые организуют протестные марши и демонстрации против правительства. Почти три четверти (73%) опрошенных также не одобряют доступность в сети негативной информации о чиновниках.
4. Многие россияне считают, что группы в соцсетях, которые организуют протесты (46%), видео группы Pussy Riot (45%), веб-сайт группы, разместившей правительственный черный список сайтов (44%), а также блогеры, призывающие к смене власти (43%), должны подвергаться цензуре со стороны правительства России.

5. Правительство России и российские спецслужбы пользуются практически равной степенью доверия респондентов в вопросе управления интернетом (42% и 41% соответственно); хотя в части предпочитаемого регулятора, спецслужбы все же заслужили доверие большего количества россиян, чем правительство (17% и 13% соответственно).
6. Примерно половина россиян (51%) верят в то, что основной причиной принятия правительством законодательства о черном списке сайтов является стремление сохранить политическую стабильность, тогда как 13% респондентов основной мотивацией подобной политики считают стремление властей ограничить демократические свободы.
7. Многие россияне (39%) уверены, что личные блоги должны регулироваться так же как СМИ.
8. Приблизительно каждый пятый (18%) российский интернет-пользователь ответил, что слышал о новом законодательном требовании к веб-сайтам об обязательной регистрации при правительственном органе, ответственном за онлайн коммуникации. Из тех, кто слышал о новом законе, большинство (70%) поддерживают его, и только меньшинство (20%) выступают против.

Один из наиболее важных вопросов, поднятых настоящим исследованием, состоит в том, какие предположения можно сделать о дальнейшем и будущем влиянии общественного мнения на интернет-политику. Представители гражданского общества зачастую воспринимают общественное мнение как сдерживающий фактор авторитарного поведения и двигатель международных норм. Однако, как показывает исследование, все может быть ровно наоборот. Общество может не ценить свои информационные права. И там, где запретительные настроения сильны одновременно и у общества и у правительства, позитивные изменения, особенно привнесенные извне, будут труднодостижимы.

Отсюда следует несколько выводов. Наш подход заставляет усомниться в том, стоит ли в принципе так усиленно фокусироваться на государственных институтах при анализе ограничительного интернет-регулирования. Важно здесь и то, каким образом формируется общественное мнение. «Общество» - это набор демографических групп, подсчитанных, измышленных и сконструированных ключевыми стратегическими игроками (правительствами, религиозными конфессиями, НКО и корпорациями), пытающимися придать нужную форму различным общественным сегментам в своих интересах. Стратегические игроки соревнуются за возможность сформировать общественные симпатии в соответствии со своими интересами – тема, которую

я подробно рассматриваю в недавно вышедшей книге «Свобода выражения, глобализм и новые стратегические коммуникации» (*Free Expression, Globalism and the New Strategic Communication*, издательство Cambridge University Press).

Григорий Асмолов приводит примеры подобного состязания за формирование общественного мнения. Общественное мнение относительно регулирования интернета частично (а, быть может, и в большей степени) зависит от того, воспринимается ли коммуникационная среда как вредоносная: пространство, как все тверже убеждены россияне, для продвижения самоубийств, порнографии, а также культурной и моральной деградации. Эссе Асмолова указывает на то, что официальные лица, вместе со своими союзниками в обществе, инструментально раздувают среди населения чувство угрозы и небезопасности. Если социальная среда воспринимается таким образом, общественное мнение легко направляется в русло поддержки репрессивных тенденций. Таким образом, очевидна взаимосвязь между формированием общественного мнения и ссылкой на него. Существование такой зависимости указывает направление, в котором, скорее всего, будет развиваться глобальная политика: необходимость уделять большее внимание основополагающим общественным убеждениям со всеми сложностями, которые привносит изучение этого феномена в международном контексте. Настоящее исследование ОИП представляет вниманию читателя важный пример того, как срабатывает взаимосвязь между насаждением общественных страхов и общественным мнением в отношении свободы выражения.

Наше исследование предполагает наличие среды взаимодействия, где часть гражданского общества требует регулирования, либо относительно индифферентно к нему; либо в случае, когда правительство создает условия, провоцирующие такие требования, и затем реагирует на них. Существует связанная с этим вероятность общественного поведения. Профессор Джозеф Туроу предложил теорию «социологии смирения»: когда та или иная «общественность» считает какие-либо грядущие события практически неизбежными, она молчаливо смиряется с далекими от оптимальных условиями. Теория Туроу относилась к вторжению государства в частное (электронное) пространство граждан, однако концепцию можно применить и в вопросе регулирования интернет-контента. В рассматриваемом нами случае общественность смиряется с обстановкой контроля.

Я хотел бы завершить это предисловие словами благодарности. Данное исследование российского общественного мнения содержит множество уроков: в области методологии, демографии и дифференциальной философии о роли технологий и информации в

обществе. Мы благодарны Ольге Каменчук, Директору по международным исследованиям ВЦИОМ, за высокопрофессиональное содействие в реализации исследования. Ранее д-р Каменчук была приглашенным исследователем в нашем Центре изучения глобальных коммуникаций при Анненбергской школе коммуникаций. Мудрые советы и аналитика профессора Факультета коммуникаций Университета Огайо Эрик Нисбета были незаменимы при написании данного доклада. Григорий Асмолов, уже отмеченный в данном предисловии, – блестящий докторант Лондонской школы экономики и частый участник наших образовательных и исследовательских программ, также выступил консультантом исследования. Брайар Смит и Лора Шварц-Хендерсон из ЦИГК и ОИП скрупулезно и самозабвенно помогли вести этот проект от начала до конца.

Краткое содержание результатов исследования

Портрет российских пользователей интернета

Значительная доля совершеннолетних россиян, которые выходят в сеть ежедневно или почти ежедневно, может быть обозначена как «постоянные пользователи интернета», (42% населения). «Не пользующиеся интернетом», кто, по собственному заявлению, не выходил в сеть в течение полугода и более, составляют 38% населения. «Нерегулярно пользующиеся интернетом», которые выходят в сеть время от времени, до нескольких раз в неделю в течение последнего полугода, составляют 20% всего населения страны.

Постоянные пользователи интернета в России молоды и хорошо образованы, 59% из них относятся к возрастной группе 18-34 года и почти половина из них (45%) имеет высшее образование. Распределение между полами почти равное. Не пользующиеся интернетом в основном принадлежат к старшей возрастной категории 55 лет и выше (59%), женскому полу (59%) и лишь немногие имеют высшее образование (14%).

Россияне чаще всего пользуются интернетом для поиска информации в личных целях (63%), общения в соцсетях (62%) и чтения национальных новостей (45%). Самые редкие виды деятельности включают поиск новых друзей (15%), загрузку или покупку программ и приложений (15%), онлайн-управление финансами (12%) и поиск работы (10%).

Основные источники информации

Центральное телевидение доминирует как основной источник информации для 60% граждан России и упоминается как один из трех главных источников информации 84% россиян. Новостные интернет-сайты были указаны в качестве основного источника десятой частью респондентов, а как один из трех важнейших источников – почти третью (29%). Социальные сети указывались как главный источник информации 6% россиян и в качестве одного из трех ведущих – четвертью (25%).

Три основных источника информации для постоянных пользователей интернета в России – центральное телевидение (80%), новостные сайты (52%) и социальные сети (46%). Нерегулярно пользующиеся интернетом, среди своих основных источников информации, чаще всего упоминают центральное ТВ (82%), региональные

телеканалы (41%) и либо центральные печатные издания (34%), либо новостные сайты (35%).

Телевизионные новости (90%), в целом российские СМИ (87%) и газеты (86%) пользуются доверием подавляющего большинства россиян в качестве источников информации. Для сравнения: иностранным СМИ доверяют 43% населения, причем не пользующиеся интернетом граждане (34%) склонны доверять им гораздо меньше, чем постоянные пользователи (45%).

Среди интернет-пользователей наибольшим доверием пользуются краудсорсинговые ресурсы наподобие Википедии (81%), затем с небольшим отрывом следуют интернет-издания (75%). Две трети (66%) пользователей интернета доверяют соцсетям как источнику информации и немногим более половины (55%) доверяют форумам и блогам. Советы друзей – пользующийся наибольшим доверием (92% россиян) офлайн источник информации о товарах и услугах. В качестве онлайн-источников коммерческой информации российский интернет-пользователи больше всего доверяют торговым интернет-площадкам вроде Amazon (67%) и онлайн-отзывам пользователей (67%).

Отношение россиян к влиянию интернета на общество и вредоносному контенту

В общей сложности примерно половина россиян (53%) считают, что интернет оказывает позитивное влияние на общество, в то время как примерно треть (31%) полагает, что это влияние негативно. Отношение значительно варьируется в зависимости от частоты пользования интернетом, причем большинство постоянных пользователей (76%) и пользующихся время от времени (61%) считают это влияние позитивным, а не пользующиеся интернетом в большинстве своем считают его негативным (55%).

Значительное число (42%) россиян считают, что иностранные государства используют интернет против России и ее интересов. Треть россиян (33%) уверены, что пользование интернетом существенно повышает риск суицида. Примерно четверть россиян считают, что интернет угрожает семейным ценностям (27%) и политической стабильности (24%). Мнение, что интернет разрушает социальные связи в России разделяют 21% россиян.

Значительный процент россиян отрицательно относятся к доступности в сети политически противоречивого контента. Примерно четыре из пяти граждан (81%) заявили о негативном отношении к призывам к антиправительственным протестам и смене политического руководства страны. Примерно такое же количество россиян (79%) относятся отрицательно к сайтам и группам в соцсетях, которые используются для организации антиправительственных маршей и демонстраций. Почти три четверти (73%) респондентов отрицательно относятся к публикации в сети негативной информации о госслужащих.

Отношение россиян к интернет-цензуре

Почти половина россиян (49%) считают, что информацию в интернете следует цензурировать. Этот процент существенно зависит от частоты использования интернета: 57% не пользующихся интернетом поддерживают цензуру, а среди постоянных пользователей таких уже меньше - 43%.

Материалы, защищенные авторским правом (59%), зарубежные новостные сайты (45%), иностранные веб-сайты в целом (38%), а также материалы, разжигающие этническую и расовую рознь (37%) наиболее часто упоминаются среди категорий контента, которые государству следует контролировать. Предпочтения в этой области не зависят от частоты пользования сетью.

Большинство россиян (59%) считают, что правительству следует запретить порнографический гомосексуальный контент. Многие респонденты считают, что запрету подлежат группы в соцсетях, связанные с организацией антиправительственных протестов (46%), видео группы Pussy Riot (45%), сайт группы, опубликовавшей правительственный список запрещенных сайтов (44%), а также страницы блогеров, призывающих к смене власти.

Отношение россиян к регулированию интернета

Правительство России и российские спецслужбы были названы примерно одинаковым количеством респондентов (42% и 41% соответственно) как организации, которым бы россияне доверили регулирование интернета, хотя спецслужбы заслужили доверие большего количества россиян в качестве самого предпочитаемого регулятора (17%) в сравнении с правительством (13%).

Граждане, не пользующиеся интернетом, с гораздо большей вероятностью предпочтут государственные органы в качестве регуляторов интернета по сравнению с постоянными пользователями: российское правительство (46% против 36%), службы безопасности (44% против

37%), а также Администрацию Президента (37% против 25%).

Для сравнения, постоянные пользователи с большей готовностью, чем не пользующиеся интернетом, доверяют в качестве регулятора неправительственным организациям: частным компаниям (32% против 18%), НПО и другим представителям гражданского общества (27% против 14%), а также международным организациям, не связанным с российскими властями (12% против 5%).

Немногим более трети россиян (35%) никогда не слышали или не знали о законе, предполагающем создание «черного списка» запрещенных правительством сайтов, однако их доля значительно различается в зависимости от частоты пользования интернетом. Почти половина не пользующихся сетью (49%) не слышали о законе по сравнению с примерно четвертью (23%) постоянных пользователей.

Примерно половина россиян (51%) считают основной движущей силой правительства при принятии закона о «черном списке» сайтов – желание сохранить политическую стабильность, в то время как 13% уверены, что это было сделано для ограничения демократических свобод. Постоянные пользователи вдвое чаще, чем не пользующиеся интернетом, указывали в качестве основной причины создания «черного списка» попытку ограничения свобод (18% против 8%).

Большинство россиян (56%) считают, что государство должно учитывать общественное мнение и консультироваться с общественностью в вопросах регулирования интернета. Примерно треть (36%) считает, что государство может учитывать общественное мнение, если сочтет необходимым, но в итоге должно руководствоваться своими предпочтениями, а 9% граждан считают, что государство вообще не должно обращать внимания на общественное мнение в вопросах регулирования интернета.

Многие россияне (39%) считают, что персональные блоги должны подпадать под законы о СМИ, 15% считают, что регулирование в отношении блогов должно быть менее строгим, а 13% указали, что для блогов требуется еще более строгое регулирование, в то время как 14% считают, что никакое регулирование в отношении блогов не требуется. Однако, очень большой процент участников опроса, примерно каждый пятый (19%), не смогли ответить на этот вопрос, затрудняясь определиться с позицией.

Мобилизация и протест российских граждан

Российским интернет-пользователям (62% респондентов) задали ряд вопросов о гражданской мобилизации и акциях протеста в защиту свободы слова в интернете. Большинство пользователей (59%) не верят в то, что регулирование интернета влияет на их личную свободу, а 41% уверены в обратном.

Небольшой процент пользователей (14%) считают возможными мобилизацию граждан на акции протеста против интернет-цензуры в месте их проживания, а примерно каждый десятый интернет-пользователь (9%), или 6% от общего населения России, заявил что примет участие в таких протестах, если они состоятся.

Главным стимулом к мобилизации в защиту свободы в интернете стал бы полный запрет на использование интернета (40%). С большим отставанием следует запрет на использование интернета на рабочем месте (11% пользователей). Другие формы цензуры, такие как возможность удаления любого контента правительством (7%), запрет персональных блогов или сайтов лидеров мнений, деятелей культуры или оппозиционных политиков (7%), а также временное отключение интернета по причине массовых протестов (7%) упоминались лишь небольшим числом опрошенных пользователей сети.

Приблизительно каждый пятый (18%) российский интернет-пользователь отметил, что слышал о новом требовании относительно обязательной регистрации веб-сайтов в правительственном органе, ответственном за онлайн-коммуникации. Из тех пользователей, кто слышал о новом законе, большинство (70%) поддерживают его и меньшинство (20%) выступают против.

Российских интернет-пользователей также спросили, при каких условиях они поддержат временное, но тотальное отключение интернета правительством. В общей сложности 58% пользователей поддержали бы такой шаг. Самая популярная среди россиян аргументация поддержки подобного шага - национальная опасность (48%) и возникновение массовых протестов (9%), 1% упоминают другие причины. Для сравнения: 42% опрошенных считают, что для отключения интернета у правительства оснований быть не может ни в какой ситуации.

Портрет российских пользователей интернета

Процент россиян, пользующихся интернетом, вырос более чем вдвое между 2009 и 2012 годами – с 29% в 2009 г. до 64% в 2013 г.¹. Однако с 2012 года проникновение интернета в России практически прекратило рост. Респондентов данного опроса можно разделить на три группы в зависимости от частоты пользования сетью (см. Диаграмму 1). Самый большой сегмент – «постоянные пользователи», использующие интернет каждый или почти каждый день (42% населения). Второй по величине сегмент – «не пользующиеся интернетом», которые указали, что не пользовались сетью полгода и более, и составляющий 38% населения. Самый малый сегмент – «пользующиеся интернетом время от времени», т.е. несколько раз в неделю в течение последних шести месяцев (20% населения).

Как подробно отражено в Таблице 1, россияне, не пользовавшиеся интернетом в последние шесть месяцев и более, в большинстве своем старше 55 лет (59% от

сегмента), чаще принадлежат женскому полу (59% сегмента) и редко имеют высшее образование (14% сегмента). Для сравнения, постоянные пользователи являются зеркальным отражением предыдущей группы по возрасту и образованию, принадлежат к возрастной группе 30 лет и старше (59%), причем почти половина из них – с университетским образованием (45%). Также, в отличие от представителей двух других сегментов, постоянные пользователи в гендерном плане распределены почти поровну. Возраст и уровень образования – характеристики, по которым между нерегулярными пользователями интернетом и постоянными наблюдается больше сходства, нежели между непостоянными и не использующими интернет. Большинство из нерегулярных пользователей (80%) моложе 55 лет и многие (40%) имеют университетское образование. Однако, гендерное распределение (42% мужчин и 59% женщин) больше схоже с не пользующимися интернетом.

Интернет-пользователей также спросили о видах их деятельности онлайн в течение последнего месяца. В Таблице 2 приведена та деятельность, которая упоминалась минимум десятой частью респондентов-пользователей. Среди всех интернет-пользователей

¹ База данных индикаторов информационно-телекоммуникационных технологий Международного союза электросвязи (2014 г.)

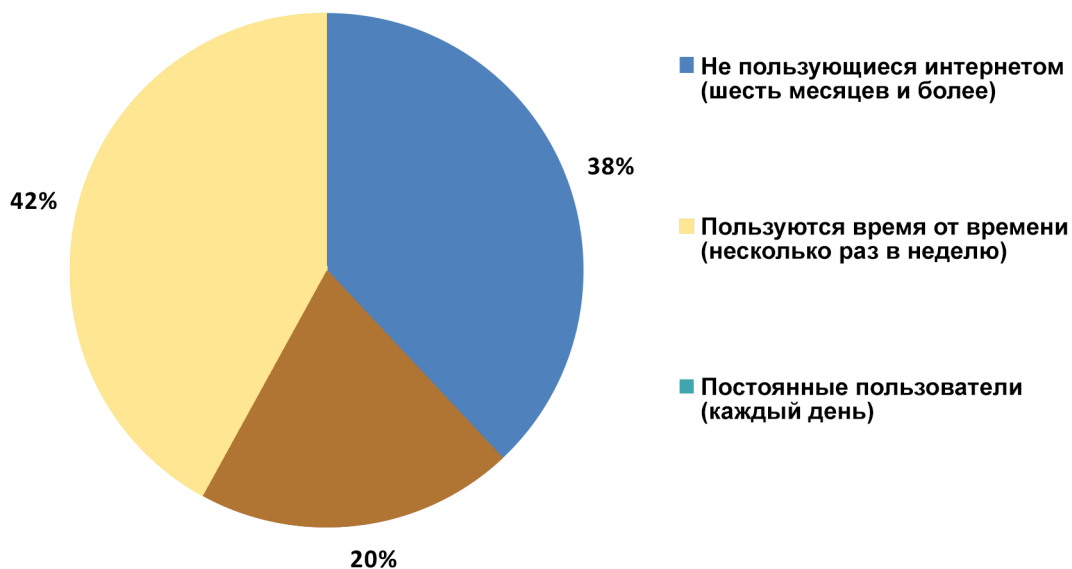


ДИАГРАММА 1: ЧАСТОТА ПОЛЬЗОВАНИЯ ИНТЕРНЕТОМ В РОССИИ (доля от всех респондентов)

самыми популярными занятиями были: поиск информации для собственных целей (63%), общение в соцсетях (62%), а также чтение национальных новостей (45%). Наименее распространенными стали поиск работы (10%), онлайн-банкинг (12%), поиск новых знакомых с похожими интересами (15%), а также загрузка приложений

или ПО (15%). Наибольшее различие по популярности между постоянными и непостоянными пользователями наблюдается по таким видам деятельности как загрузка/ прослушивание музыки (45% против 23%), чтение форумов и блогов (31% против 11%), а также общение с помощью электронной почты (45% против 26%).

ТАБЛИЦА 1: ДЕМОГРАФИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ СЕГМЕНТОВ ИНТЕРНЕТ-ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ (доля от всех респондентов)

Демографическая категория	Частота пользования интернетом		
	Не пользуются	Время от времени	Постоянно
Возраст			
% 18-34	6	34	59
% 35-54	35	45	32
% 55 и старше	59	20	8
Пол			
% Мужчины	42	42	50
% Женщины	59	59	50
Уровень образования			
% Среднее или ниже	45	24	23
% Среднее профессиональное	41	36	33
% Высшее или неполное высшее	14	40	45

ТАБЛИЦА 2: ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В СЕТИ ЗА ПОСЛЕДНИЙ МЕСЯЦ ПО СЕГМЕНТАМ (в процентах от пользующихся интернетом; возможны несколько вариантов ответа)

Виды деятельности онлайн	Частота пользования интернетом		% от всех пользователей
	% от пользующихся время от времени	% постоянных пользователей	
Поиск информации для собственных нужд	52	69	63
Общение в социальных сетях	54	66	62
Чтение российских новостей	39	48	45
Общение по электронной почте	26	45	39
Загрузка и прослушивание музыки	23	45	38
Загрузка и просмотр видео	25	43	37
Чтение международных новостей	24	35	31
Поиск информации по работе	27	35	32
Чтение форумов и блогов	11	31	25
Интернет-телефония (Skype и т.п.)	15	27	23
Потоковое интернет-ТВ	11	24	20
Онлайн-игры	13	22	19
Чаты/форумы/блоги	8	22	17
Покупки онлайн	9	21	17
Чтение книг	12	20	17
Загрузка и покупка приложений и ПО	9	18	15
Поиск друзей и людей с похожими интересами	12	16	15
Онлайн-банкинг	5	15	12
Поиск работы, подработки, удаленной работы	7	12	10

Основные источники информации: онлайн и офлайн

Респондентов попросили распределить по важности три основных для них источника информации. Источники, набравшие минимум 10% ответов, представлены на Диаграмме 2 с распределением по степени важности: первый, второй, третий. Центральное телевидение, с большим отрывом, опережает по важности для россиян все остальные источники информации, причем 60% респондентов указывают его как первый по важности, 17% как второй и 7% как третий – 84% всех опрошенных. Вторыми в списке идут региональные телеканалы, причем 46% россиян указывают их как наиболее важный для них источник информации, а 31% - первый или второй по важности и уровню доверия. Центральные печатные СМИ следуют в списке третьими, 30% упоминают их среди списка трех наиболее важных для них источников информации, однако лишь 5% называют их самым важным источником.

В Таблице 3 приводятся данные по респондентам, назвавшим те или иные источники информации как важнейшие и пользующиеся наибольшим доверием, с разбивкой по сегментам на основе частоты использования интернета. Несмотря на то, что центральное телевидение остается наиболее часто упоминаемым источником для всех сегментов, не пользующиеся интернетом упоминали его чаще (88%) по сравнению с непостоянными (82%) и постоянными (80%) пользователями интернета. Региональные телеканалы (54%) идут вторым номером с большим отставанием среди представителей сегмента не пользующихся интернетом, а третьим номером, с еще большим отставанием – центральные печатные СМИ (36%). Региональные телеканалы также вторые по популярности среди непостоянных пользователей интернета (41%) – гораздо более низкий процент, чем среди не пользующихся интернетом.



ДИАГРАММА 2: ТРИ ВЕДУЩИЕ ИСТОЧНИКА ИНФОРМАЦИИ
(процент респондентов указавших источник; один ответ)

Тем не менее, третьими по важности непостоянные пользователи интернета с примерно одинаковой частотой назвали центральные печатные СМИ (34%) и новостные интернет-ресурсы (35%). Для постоянных пользователей на третьей позиции находятся региональные ТВ каналы (32%) и центральные печатные СМИ (22%), что намного ниже, чем для двух других сегментов. Напротив, постоянные пользователи гораздо чаще упоминали онлайн новостные ресурсы (52%) и социальные сети (46%). В целом, результаты настоящего исследования позволяют предположить, что постоянные интернет-пользователи с большей вероятностью черпают информацию из источников, менее подверженных государственному контролю или влиянию, по сравнению с непостоянными пользователями или теми, кто не пользуется интернетом вовсе.

Россиян спросили также о том, насколько они доверяют различным источникам информации (см. результаты в Таблицах 4 и 5). Виды источников были разделены на две категории: 1) новостные и информационные ресурсы; 2) информация о продуктах и услугах. Неудивительно, что не пользующиеся интернетом респонденты доверяют офлайн-источникам больше, чем постоянные и непостоянные пользователи, за исключением иностранных СМИ. Постоянные (45%) и непостоянные (42%) пользователи испытывали к зарубежным СМИ большую степень доверия, чем не пользующиеся интернетом (34%). Что касается ТВ-новостей, вообще российских новостей

и газет, все эти источники пользуются в целом высоким уровнем доверия во всех трех сегментах опрошенных.

Различие между постоянными и непостоянными пользователями интернета в уровне доверия к онлайн новостным ресурсам было очень невелико. В обоих сегментах такие информационные источники, как Wikipedia, пользовались наибольшим доверием (85% и 83% соответственно). Наименьшим доверием обоих сегментов пользовались форумы и блоги – 53% для непостоянных и 58% для постоянных интернет-пользователей.

Если говорить об источниках коммерческой информации, то наибольшим уровнем доверия пользовались офлайн-источники, такие как советы друзей (90% или более для всех трех сегментов), а наименьший уровень доверия во всех трех сегментах вызывали массовые почтовые рассылки (31-36%). Еще одно заметное отличие состоит в том, что постоянные и непостоянные пользователи интернета с большей готовностью доверяют телевизионной рекламе (48% и 50% соответственно), по сравнению с не пользующимися интернетом (41%). Среди сетевых источников информации об услугах и продуктах постоянные пользователи в наибольшей мере (75%) доверяют онлайн торговым площадкам, в то время как этому же источнику доверяют 61% непостоянных пользователей. Для сравнения, вызывающий наибольшее доверие у непостоянных пользователей источник информации о продуктах и услугах – онлайн отзывы

ТАБЛИЦА 3: ТРИ ВЕДУЩИХ ПО УРОВНЮ ДОВЕРИЯ ИСТОЧНИКА ИНФОРМАЦИИ ПО СЕГМЕНТАМ УЧАСТНИКОВ ОПРОСА (процент от всех участников; возможно несколько ответов)

Три ведущих источника информации	Частота пользования интернетом			% от всех респондентов
	% не пользующихся	% пользующихся время от времени	% постоянных пользователей	
Центральное ТВ	88	82	80	84
Региональные ТВ	53	41	32	42
Центральные газеты	36	34	22	30
Новостные сайты	0	35	52	29
Социальные сети	0	29	46	26
Региональное радио	30	23	18	24
Региональные газеты	34	20	10	21
Центральное радио	14	9	6	10
Блоги	0	4	7	4
Иностранные СМИ	0	2	5	2

покупателей (67%). В остальных случаях основные показатели доверия к источникам информации о продуктах и услугах у постоянных и непостоянных пользователей интернета почти не отличаются, причем вызывающие

наименьшее доверие источники – сайты знакомств (39% для непостоянных и 36% для постоянных) и интернет-реклама (34% и 31% соответственно).

ТАБЛИЦА 4: УРОВЕНЬ ДОВЕРИЯ ИСТОЧНИКАМ ИНФОРМАЦИИ И НОВОСТЕЙ ПО СЕГМЕНТАМ ОПРОШЕННЫХ
(процент опрошенных, назвавших источник; возможен один ответ)

Вид источника	Частота пользования интернетом			% от всех респондентов ¹
	% не пользующихся	% пользующихся время от времени	% постоянных пользователей	
ТВ новости	94	91	87	90
Российские новости в целом	89	87	85	87
Газеты	91	90	81	86
Иностранная СМИ в целом	34	42	45	43
Интернет источники				
Народная онлайн-энциклопедия (напр Wikipedia)	n.a.	85	83	81
Интернет СМИ	n.a.	76	78	75
Соцсети	n.a.	69	67	66
Форумы и блоги	n.a.	53	58	55

1. Для офлайн источников указаны данные для всех сегментов, для онлайн источников – только процент для пользующихся интернетом (два сегмента)

2. н.д. = нет данных

ТАБЛИЦА 5: УРОВЕНЬ ДОВЕРИЯ ИСТОЧНИКАМ ИНФОРМАЦИИ О ПРОДУКТАХ И СЕРВИСАХ ПО СЕГМЕНТАМ ПОЛЬЗОВАНИЯ ИНТЕРНЕТОМ (процент опрошенных, пользующихся источником; возможен один ответ)

Вид источника	Частота пользования интернетом			% от всех респондентов ¹
	% не пользующихся	% пользующихся время от времени	% постоянных пользователей	
Советы друзей	90	92	93	92
ТВ реклама	41	50	48	46
Почтовые рассылки	31	36	33	34
Интернет источники				
Интернет-магазины (напр. Amazon)	n.a.	61	75	67
Онлайн отзывы покупателей	n.a.	67	68	67
Сайты компаний и организаций	n.a.	63	62	63
Электронные письма от компаний и магазинов	n.a.	54	49	49
Сайты знакомств	n.a.	39	36	36
Интернет реклама	n.a.	34	31	31

1. Для офлайн источников указаны данные для всех сегментов, для онлайн источников – только процент для пользующихся интернетом (два сегмента)

2. н.д. = нет данных

Отношение россиян к влиянию интернета на общество и к вредоносному контенту

У участников опроса поинтересовались, считают ли они влияние интернета на общество негативным, позитивным, либо полностью отсутствующим. В целом, около половины россиян (53%) считает, что интернет оказывает скорее позитивное воздействие, примерно треть (31%) – что скорее негативное, а оставшиеся (16%) не считают, что он оказывает какое-либо влияние на жизнь людей.

Однако, как видно на Диаграмме 3, мнение о влиянии интернета связано с частотой его использования. Большинство (55%) не пользующихся интернетом считают его влияние негативным, в то время как так же считают 23% пользующихся интернетом время от времени и 15% - постоянных пользователей. Напротив, три четверти постоянных пользователей интернета (76%) уверены в положительном влиянии интернета, за ними следуют непостоянные пользователи (61%) и только каждый пятый (21%) не пользующийся интернетом. Примерно четверть не пользующихся интернетом (24%) уверены в том, что

никакого влияния на жизнь людей интернет не оказывает, и это мнение разделяют 16% пользующихся время от времени и 9% постоянных пользователей интернета.

Помимо мнения о негативном или позитивном влиянии интернета в целом, россиян также спросили, представляет ли интернет угрозу в каком-либо из пяти конкретных измерений: 1) политической стабильности России; 2) количеству самоубийств (способствует их росту); 3) семейным ценностям; 4) социальным связям в России; и 5) может использоваться как орудие иностранных государств против России. Диаграмма 4 демонстрирует количество россиян, которые согласились, не согласились, либо остались равнодушны к таким утверждениям о возможных угрозах.

Половина или более россиян не согласны с тем, что интернет несет угрозу политической стабильности (50%), семейным ценностям (53%) и социальным связям (56%). Многие (42%) россияне согласны с тем, что интернет используется как орудие против России иностранными державами. Мнения о том, способствует ли интернет

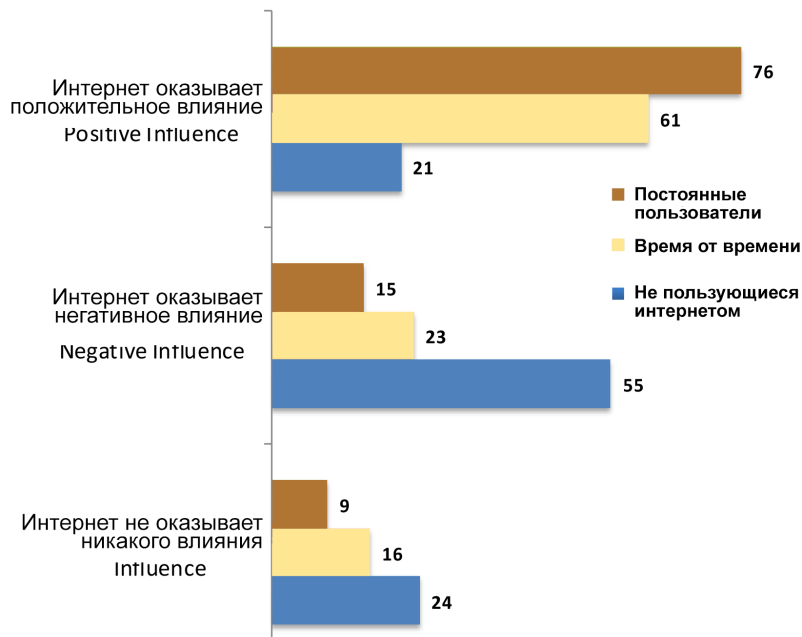


ДИАГРАММА 3: МНЕНИЕ О ВЛИЯНИИ ИНТЕРНЕТА ПО СЕГМЕНТАМ ОПРОШЕННЫХ (проценты от количества опрошенных по сегментам; возможен один ответ)

росту самоубийств, разделились поровну: примерно треть считает, что это так (33%), треть не ответила на этот вопрос (35%), а еще треть не согласна с таким утверждением (33%).

Тем не менее, отношение к указанным вероятным угрозам существенно различается в трех сегментах опрошенных в зависимости от частоты пользования ими интернетом, что видно по данным, приведенным в Таблице 6: не пользующиеся интернетом с большей вероятностью чувствуют угрозу по сравнению с постоянными и непостоянными пользователями. Так, большая часть не пользующихся интернетом (39%) согласна с тем, что он угрожает семейным ценностям, в то время, как большинство непостоянных (62%) и постоянных пользователей (70%) не согласны с этим. Также треть (33%) не пользующихся интернетом считает, что он угрожает политической стабильности России, в то время как это мнение разделяют 22% непостоянных и 19% постоянных пользователей интернета.

Ощущение, что интернет используется иностранными правительствами против России разделяет большое

число не пользующихся им (46%), однако мнения постоянных и непостоянных пользователей в данном случае сильно разделились. Многие (45%) пользующиеся интернетом время от времени также считают, что такое утверждение – правда, а 35% не разделяют это мнение. Среди постоянных пользователей опасность со стороны иностранных правительств и интернета не чувствуют 43%, в то время как примерно треть (36%) согласна с утверждением о существовании такой опасности.

Помимо своего ощущения внешнего влияния и угрозы, респонденты также поделились отношением к 17 конкретным видам информации, доступным в сети (см. Таблицу 7). Эти типы информации подпадают под четыре общие категории контента: 1) социально или культурно оскорбительный (т.е. порнография, насилие, нецензурная речь); 2) призывы присоединиться к религиозным сектам или экстремистским группам; 3) политически противоречивый или коммерчески незаконный контент (т.е. информация о протестных акциях: материалы, защищенные авторским правом); 4) информация вредоносная для жизни и здоровья (способы самоубийств, реклама табака).



ДИАГРАММА 4: ОЦЕНКА УГРОЗЫ СО СТОРОНЫ ИНТЕРНЕТА
(в процентах от общего числа респондентов; возможен один ответ)

ТАБЛИЦА 6: ОЦЕНКА УГРОЗЫ СО СТОРОНЫ ИНТЕРНЕТА ПО СЕГМЕНТАМ УЧАСТНИКОВ ОПРОСА
(доля ответивших участников опроса; возможен один ответ)

Вид угрозы	Частота пользования интернетом					
	% не пользующихся		% пользующихся время от времени		% постоянных пользователей	
	% согласны	% не согласны	% согласны	% не согласны	% согласны	% не согласны
Семейным ценностям	39	29	27	62	18	70
Демографической ситуации	29	34	18	67	16	71
Политической стабильности	33	29	22	60	19	63
Используется иностранными правительствами против России	46	17	45	35	36	43
Угрожает ростом самоубийств	37	20	34	36	28	42

ТАБЛИЦА 7: ОТНОШЕНИЕ К РАЗНЫМ ВИДАМ КОНТЕНТА (доля опрошенных; возможен один ответ)

Вид контента	Отношение		
	% положительно	% безразлично	% отрицательно
Социально или культурно оскорбительный			
Насилие над детьми	1	3	96
Использование наркотиков	1	4	95
Насилие, агрессия и жестокость	2	5	94
Контент, специфичный для сексуальных меньшинств (гомосексуализм)	1	5	94
Насилие и жестокость в онлайн-играх	2	9	90
Порнография	2	9	89
Тексты, видео или изображения с ненормативной лексикой	4	15	82
Информация о радикальных группах			
Призывы вступить в радикальные и экстремистские группы	1	6	94
Призывы вступить в религиозные секты	1	8	91
Призывы заняться мошенническим бизнесом	2	16	83
Политически спорный или нелегальный контент			
Сайты и группы в соцсетях, призывавшие к организации протестов и демонстраций против властей	2	17	81
Негативная информация о чиновниках	3	18	79
Негативная информация о государственных служащих	5	22	73
Видео, защищённое авторским правом	9	21	70
Вредная для жизни и здоровья информация			
Информация о способах самоубийства	1	5	93
Информация об оружии, взрывчатых веществах и их производстве	2	9	90
Реклама курения, алкоголя	2	13	86

Среди всех семнадцати типов информации, пользователи наиболее негативно отнеслись к насилию над детьми (96%), сценам с наркотиками (95%), сценам с агрессией или насилием (94%), контентом, связанным с сексуальными меньшинствами (94%), а также призывам к поддержке и вступлению в радикальные и экстремистские организации (94%). Политически противоречивый контент вызывал меньше возражений, однако значительное большинство (70%) негативно отнеслось к доступности материалов, защищенных авторским правом, а 73% посчитали отрицательным явлением доступность негативной информации о чиновниках. Еще большее количество россиян отрицательно относятся к сайтам и группам в соцсетях, которые организуют антиправительственные протестные акции (79%), либо к контенту, призывающему к таким протестам или смене руководства страны (81%)

Опрос выявил консенсус среди представителей всех трех сегментов опрошенных по отношению к таким типам информации, как демонстрация насилия над детьми, использование наркотиков, агрессия или гомосексуализм (см. Таблицу 8). Однако значительные отличия в негативном отношении россиян, в зависимости от частоты использования ими интернета, обнаружены в отношении демонстрации насилия в видеоиграх (95% не пользующихся против 85% постоянных пользователей), а также нецензурной лексики (89% против 76% соответственно).

Другие типы контента, в отношении которых наблюдалось значительное колебание в восприятии (см. Таблицу 8), относились в основном к политике и законности. Так, 89% не пользующихся интернетом негативно относятся к сайтам или группам в соцсетях, которые организовывали протестные акции, в то время как 72% постоянных пользователей интернета разделяли такое отношение. Схожим образом, 83% не пользующихся интернетом отрицательно относятся к доступности негативной информации о чиновниках, по сравнению с 66% постоянных пользователей, разделяющих это мнение. Единственное действительно серьезное отличие в отношении к виду контента касалось открытой доступности материалов, защищенных авторским правом: 84% лиц, не пользующихся интернетом, относились к этому негативно, но всего 59% постоянных пользователей разделяли такое отношение. .

ТАБЛИЦА 8: НЕГАТИВНОЕ ОТНОШЕНИЕ К ВИДАМ КОНТЕНТА ПО СЕГМЕНТАМ ОПРОШЕННЫХ (процент от всех ответов; возможен один ответ)

Вид контента	Частота пользования интернетом		
	% не пользующихся	% пользующихся время от времени	% постоянных пользователей
Социально или культурно оскорбительный			
Насилие над детьми	97	96	96
Использование наркотиков	97	97	93
Насилие, агрессия и жестокость	96	95	92
Контент, специфичный для сексуальных меньшинств (гомосексуализм)	96	94	91
Насилие и жестокость в онлайн-играх	95	93	84
Порнография	95	88	85
Тексты, видео или изображения с ненормативной лексикой	89	81	76
Информация о радикальных группах			
Призывы вступить в радикальные и экстремистские группы	96	95	91
Призывы вступить в религиозные секты	94	91	89
Призывы заняться мошенническим бизнесом	89	82	78
Политически спорный или нелегальный контент			
Призывы к протестам или смене руководства страны	86	80	77
Сайты и группы в соцсетях, призывавшие к организации протестов и демонстраций против властей	89	75	72
Негативная информация о чиновниках	83	71	66
Видео, защищенное авторским правом	84	67	59
Вредная для жизни и здоровья информация			
Информация о способах самоубийства	95	94	91
Информация об оружии, взрывчатых веществах и их производстве	95	91	85
Реклама курения, алкоголя	90	87	81

Отношение россиян к интернет-цензуре

Россиянам задали общий вопрос о том, должна ли информация в интернете распространяться свободно и без какой бы то ни было цензуры, или все же необходим какой-либо вид цензуры со стороны правительства. Диаграмма 5 отображает распределение ответов респондентов по сегментам. В целом, 11% считают, что интернет должен быть совершенно свободным от правительственной цензуры, однако количество согласных с таким утверждением существенно связано с частотой пользования интернетом. Так, 16% регулярных «интернетчиков» не верят в пользу какой-либо цензуры, по сравнению с всего 5% не пользующихся интернетом и согласных с таким утверждением.

Почти половина (49%) россиян считают, что информация в интернете должна цензурироваться и доля таких людей опять-таки серьезно варьируется по сегментам опрошенных. 57% лиц, не пользующихся интернетом, считают, что информация в сети должна

цензурироваться правительством, по сравнению с 43% постоянных пользователей, разделяющих такое убеждение. Доля россиян, поддерживающих идею правительственной цензуры в зависимости от типа контента, составляет 40%, причем вариации этого показателя по сегментам незначительны.

Россиянам задали два блока вопросов о том, какой вид контента, по их мнению, должен цензурироваться или блокироваться правительством. Первый блок предлагал интернет-пользователям выбрать три типа онлайн-контента, который правительство должно подвергать цензуре (см. Диаграмму 6). Наиболее часто упоминаемыми оказались: материалы, защищенные авторским правом (59%), затем, с большим отставанием – зарубежные СМИ и их сайты (45%), а третье место с практически одинаковым результатом разделили зарубежные сайты в целом (38%) и материалы, вызывающие национальную или расовую вражду (37%).

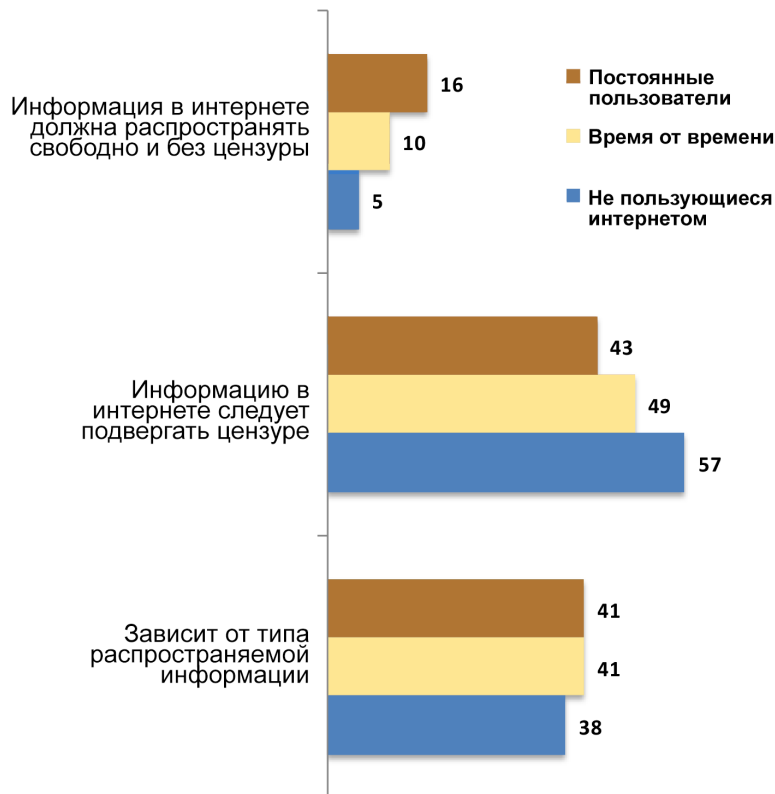


ДИАГРАММА 5: ОТНОШЕНИЕ К ИНТЕРНЕТ ЦЕНЗУРЕ ПО СЕГМЕНТАМ В ЗАВИСИМОСТИ ОТ ЧАСТОТЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИНТЕРНЕТА (доля от всех опрошенных; возможен один ответ)

Различия в предпочтениях относительно контента, который должен цензурироваться, отличаются незначительно в зависимости от частоты пользования интернетом. Единственное значительное отличие среди россиян было в отношении к иностранным вебсайтам, которые следует подвергать цензуре по мнению 39% людей, не пользующихся интернетом, 46% пользующихся им время от времени и 34% постоянных пользователей. Такой низкий уровень поддержки идеи цензуры иностранных сайтов среди постоянных пользователей совпадает с их низким уровнем ощущения того, что интернет используется иностранными державами против России и с высоким уровнем доверия иностранным СМИ по сравнению с двумя другими сегментами опрошенных.

Следующий блок вопросов состоял в просьбе определить специфические виды контента, которые, по мнению участников опроса, следует подвергнуть цензуре или заблокировать: 1) видео группы Pussy Riot; 2) блог, чей автор призывает к смене власти в России; 3) группа в соцсети, ранее связанная с организацией антиправительственных протестов; 4) порносайт с гомосексуальным содержанием; 5) сайт группы, которая опубликовала правительственный «черный список» запрещенных сайтов (см. Диаграмму 7).

Среди россиян высока доля тех, кто считает, что правительство должно заблокировать или подвергнуть цензуре сайты с гомосексуальным контентом (59%). Более того, такая поддержка еще более высока среди постоянных пользователей интернета (62%), за ними следуют лица, не пользующиеся интернетом (59%) и непостоянные пользователи (55%). Большое количество россиян считает, что необходимо блокировать или цензурировать группы в соцсети, ранее организовывавшие антиправительственные протесты (46%), видео антиправительственной женской панк-рок группы Pussy Riot (45%), сайт группы, опубликовавшей правительственные «черный список» сайтов (4%), а также блогеров, чьи авторы призывают к смене власти (43%).

Различия в предпочтениях между сегментами в зависимости от частоты пользования интернетом незначительны, за исключением сайта группы, опубликовавшей правительственный «черный список», причём постоянные пользователи (48%) чаще соглашались с необходимостью его блокировки правительством, чем непостоянные пользователи (39%) или лица, не пользующиеся интернетом (43%).



ДИАГРАММА 6: ПРЕДПОЧТЕНИЯ ПО ТИПУ КОНТЕНТА, КОТОРЫЙ ДОЛЖНО ЦЕНЗУРИРОВАТЬ ПРАВИТЕЛЬСТВО (доля от всех опрошенных; возможно несколько ответов)

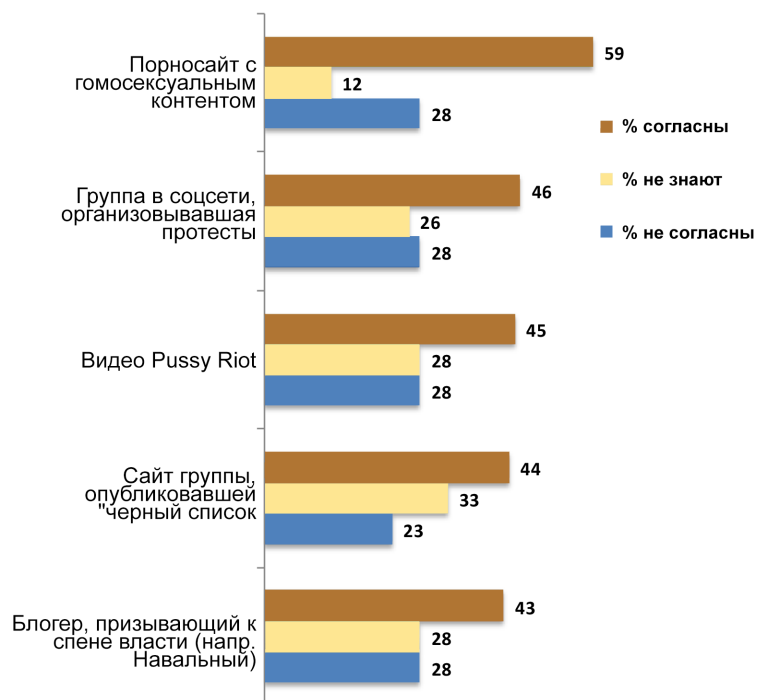


ДИАГРАММА 7: ПРЕДПОЧТЕНИЯ ПО ТИПУ КОНТЕНТА, КОТОРЫЙ ДОЛЖНО ЦЕНЗУРИРОВАТЬ ПРАВИТЕЛЬСТВО (доля от всех опрошенных, возможен один ответ)

Отношение россиян к законодательному регулированию интернета

Участников опроса попросили назвать три организации, которым они в наибольшей степени доверяют регулирование интернета, притом 6% респондентов отказались отвечать на вопрос из тех соображений, что интернет не должен вообще никем регулироваться. На Диаграмме 8 представлены варианты ответов, набравшие 10% и более ответов, причем все организации разбиты на группы по степени доверия – первая, вторая и третья. Российское правительство и российские спецслужбы пользуются практически равным уровнем доверия в вопросе регулирования интернета (42% и 41% соответственно), хотя несколько большее количество россиян отдают первенство спецслужбам (17%), нежели правительству (13%).

Ученые (32%) и президент России (30%) почти одинаковы среди вторых по уровню доверия возможных регуляторов интернета, хотя большее количество россиян предпочитают президента (15%) ученым (12%). Государственная Дума РФ (28%) и частные компании (26%) заняли третье место среди возможных регуляторов, за ними следуют НПО и другие группы гражданского общества с 21% уровнем доверия, затем – международные организации без российского чиновничества (т.е. ООН или ICANN). Интересно, что всего лишь 2% россиян доверили бы регулировать интернет международным организациям, которые тесно сотрудничают с российскими властями – такими как Международный союз электросвязи (МСЭ, не отражено в Диаграмме 8).

Разбивка по сегментам в зависимости от частоты пользования интернетом выявляет значительные различия в предпочтениях (см. Диаграмму 9). Например, лица, не пользующиеся интернетом, по сравнению с постоянными его пользователями, гораздо чаще называли правительство и госорганы организациями, вызывающими у них доверие. Например, правительство России (46% против 36%), российские спецслужбы (44% против 37%) и президента России (37% против 25%).

Напротив, постоянные пользователи, по сравнению с лицами, не пользующимися интернетом, гораздо более склонны доверять в деле регулирования интернета организациям, официально не связанным с правительством, таким как частные фирмы (32% против 18%), НПО и другим общественным группам (27% против 14%), а также международным организациям, не связанным с российскими властями (12% против 5%).

Помимо вопросов о доверии тем или иным организациям в деле регулирования интернета, респондентам также задавались вопросы об их мнении и предпочтениях в области российской политики и принимаемых законов. Так, например, респондентам задавали вопрос о том, какой была, по их мнению, основная мотивация правительства



ДИАГРАММА 8: ОРГАНИЗАЦИИ И ИНСТИТУТЫ, ПОЛЬЗУЮЩИЕСЯ НАИБОЛЬШИМ ДОВЕРИЕМ ДЛЯ РЕГУЛИРОВАНИЯ ИНТЕРНЕТА
(доля всех опрошенных; возможно несколько ответов)



ДИАГРАММА 9: ОРГАНИЗАЦИИ И ИНСТИТУТЫ, ПОЛЬЗУЮЩИЕСЯ НАИБОЛЬШИМ ДОВЕРИЕМ ДЛЯ РЕГУЛИРОВАНИЯ ИНТЕРНЕТА ПО СЕГМЕНТАМ ОПРОШЕННЫХ (доля всех опрошенных; возможно несколько ответов)

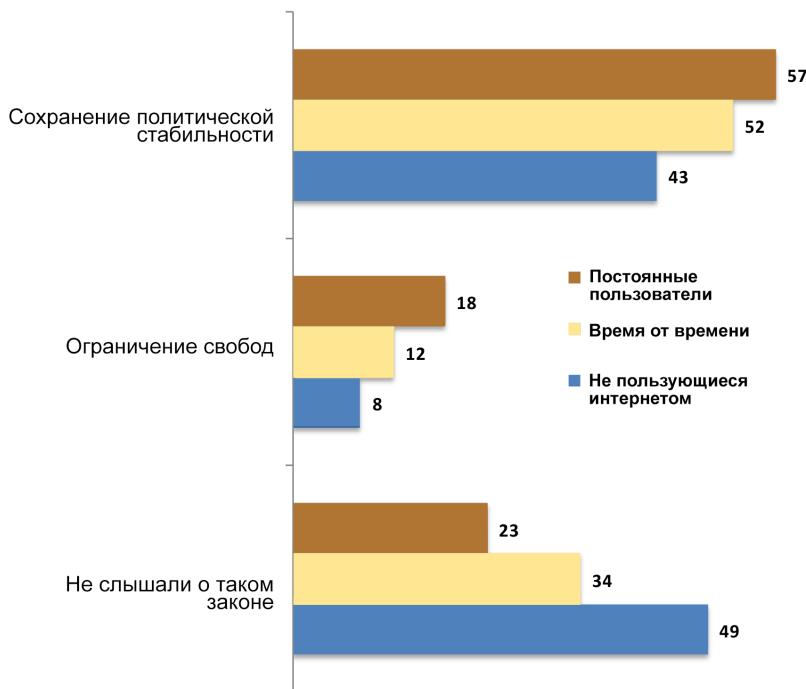


ДИАГРАММА 10: МОТИВАЦИЯ ПРАВИТЕЛЬСТВА ПРИ ПРИНЯТИИ ЗАКОНА О ЧЕРНОМ СПИСКЕ САЙТОВ ПО МНЕНИЮ РЕСПОНДЕНТОВ ПО СЕГМЕНТАМ (доля всех опрошенных; возможен один ответ)

при принятии закона, предусматривающего создание черного списка запрещенных сайтов и интернет-контента в России. Диаграмма 10 демонстрирует распределение ответов по сегментам в зависимости от частоты пользования интернетом.

Половина россиян (51%) считают, что основной мотивацией правительства при создании черного списка было сохранение политической стабильности, в то время как 13% респондентов думают, что основной мотивацией было ограничение политических свобод. Немногим более трети россиян (35%) никогда не слышали или были не знакомы с сутью закона о запрещенных сайтах. Эта доля существенно различается по сегментам в зависимости от частоты пользования интернетом (см. Диаграмму 10). Постоянные пользователи интернета вдвое чаще, чем не пользующиеся им (18% против 8%), заявляли, что основной мотив правительства был в ограничении демократических свобод. Кроме того, примерно половина (49%) лиц, не пользующихся интернетом никогда не слышала об этом законе, по сравнению с примерно третью лиц, пользующихся интернетом время от времени (34%) и примерно четвертью (23%) постоянных пользователей.

Респондентам был также задан вопрос о том, должно ли приниматься во внимание властями общественное мнение при принятии законов об интернете. Большинство россиян (56%) считают, что государство обязано считаться с общественным мнением и консультироваться с населением при принятии таких законов. Примерно треть опрошенных (36%) считают, что государство может прислушиваться к общественному мнению, если считает нужным, но действовать исходя из собственных интересов, а 9% россиян думают, что государство не должно обращать внимание на общественное мнение при регулировании деятельности в интернете.

Как видно на Диаграмме 11, распределение мнений по этому вопросу серьезно отличается по сегментам в зависимости от частоты пользования интернетом. Постоянные (62%) и непостоянные (58%) пользователи гораздо чаще, чем лица, не пользующиеся интернетом (47%), считают, что государство обязано прислушиваться к общественному мнению

и консультироваться с общественностью при принятии законов, регулирующих интернет. Напротив, существенно большая доля не пользующихся интернетом (43%), чем непостоянных (34%) или постоянных пользователей (30%) считают, что государство может прислушиваться к общественному мнению, если считает нужным, но действовать исходя из собственных интересов.

У россиян также спросили, считают ли они, что персональные блоги должны регулироваться в большей степени, одинаково, или в меньшей степени по сравнению с онлайн-СМИ, либо для блогов регулирования не должно быть вовсе (см. Диаграмму 12). В общей сложности большая доля респондентов затруднилась ответить на этот вопрос – почти каждый пятый (19%) заявил, что не находится, что ответить. Из остальных вариантов большинство россиян (39%) считают, что персональные блоги должны регулироваться так же, как и СМИ. Количество других вариантов ответов распределилось примерно поровну: 15% считают, что блоги должны регулироваться меньше, нежели СМИ, 13% - больше, а 14% считают, что регулирование блогов не требуется.

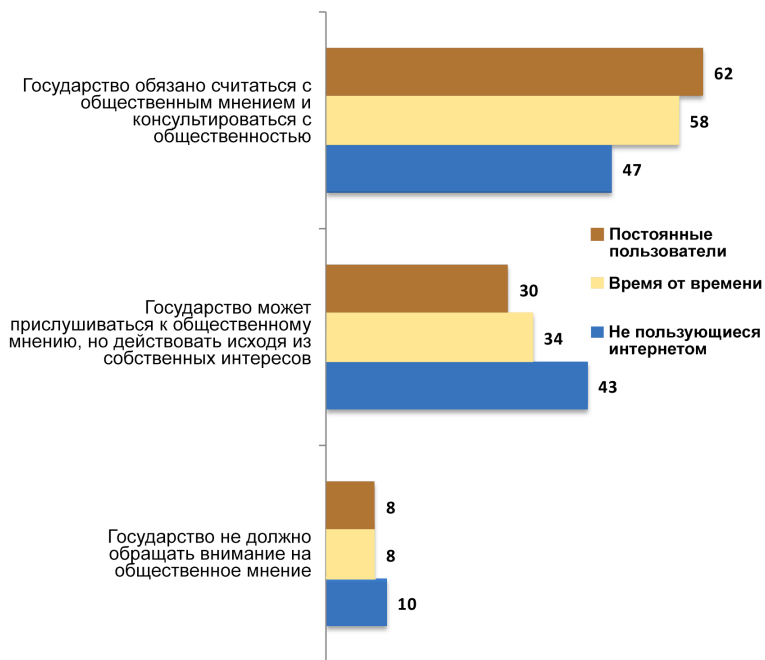


ДИАГРАММА 11: РОЛЬ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ В ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИНТЕРНЕТ-ПОЛИТИКЕ ПО МНЕНИЮ РЕСПОНДЕНТОВ ПО СЕГМЕНТАМ (доля всех опрошенных; возможен один ответ)

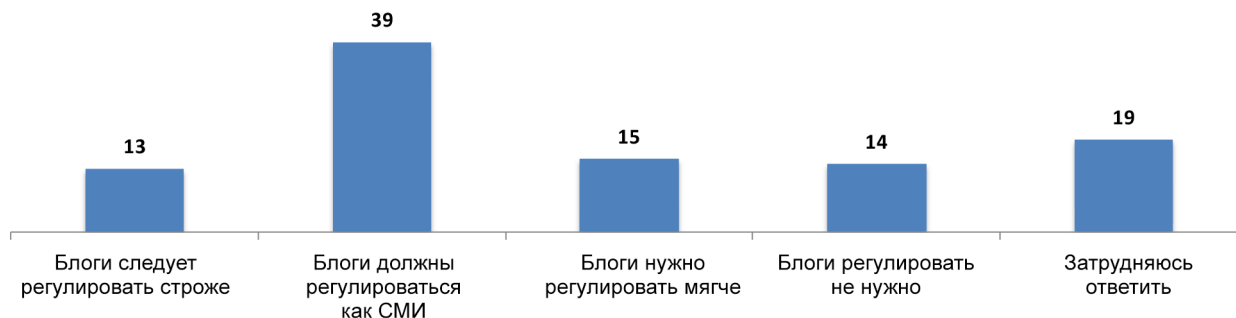


ДИАГРАММА 12: НАСКОЛЬКО СТРОГО ДОЛЖНЫ РЕГУЛИРОВАТЬСЯ ПЕРСОНАЛЬНЫЕ БЛОГИ В ИНТЕРНЕТЕ (доля от всех опрошенных; возможен один ответ)

Гражданская мобилизация и готовность к протесту

Российским пользователям интернета (62% от общего числа опрошенных) задали ряд вопросов о гражданской мобилизации и протестной деятельности в защиту свободы слова в интернете. Чтобы выяснить, отражаются ли новые постановления на интересах пользователей, у них спрашивали, согласны ли они с утверждением: «Ограничения в интернете влияют на мою собственную свободу». Большинство российских пользователей интернета (59%) ответили, что интернет-регулирование их лично не касается, в то время как 41% считают, что новые постановления влияют на их уровень свободы. У российских пользователей также спросили, вероятны ли в их населенном пункте массовые протесты или демонстрации против мер правительства ввести ограничения или цензуру? Следующий вопрос звучал так: «Примете ли вы лично участие в таких акциях?»

Результаты на Диаграмме 13 показывают, что 14% российских интернет-пользователей считают, что в их населенном пункте могут пройти протесты против ограничений интернет-свободы, причем разница в количестве людей с таким мнением среди постоянных (15%) и непостоянных пользователей (12%) невелика. Кроме того, примерно каждый десятый (9%) интернет-пользователь отметил, что примет участие в таких протестах, если они состоятся, причем постоянные пользователи почти втрое чаще (11%) отвечали положительно на этот вопрос, чем непостоянные (4%).

В рамках опроса пользователей попросили назвать три типа ограничений со стороны правительства, которые заставили бы их принять участие в гражданской мобилизации и протестах в защиту свободы в

интернете. На Диаграмме 14 перечислены наиболее часто упоминавшиеся ответы, набравшие 7% и более. В большинстве своем российские пользователи интернета (40%) назвали полный запрет интернета в духе Северной Кореи в качестве достаточного повода для мобилизации и протеста. К сожалению, одновременно примерно четверть (27%) опрошенных российских пользователей интернета не смогли назвать ни одного вида цензуры или ограничений, которые заставили бы их защищать свободу в интернете.

Все остальные причины для протестов были упомянуты 11% или менее опрошенными. К примеру, 11% назвали запрет интернета на рабочем месте, а 9% - запрет на пользование интернетом без идентификации личности. Всего четыре вида ограничений набрали более 7% в ответах опрошенных пользователей интернета: 1) правительство получает возможность блокировать любую информацию в интернете; 2) запрет персональных блогов, а также социальных сетей и сайтов с авторскими колонками и оппозиционными высказываниями; 3) запрет никнеймов и обязательная персональная регистрация в соцсетях; 4) временное отключение интернета в случае массовых протестов.

Российских пользователей интернета спросили, известно ли им о новом требовании, в соответствии с которым все новые сайты должны регистрироваться в специальном правительственном органе, занимающемся регулированием онлайн-коммуникаций (Роскомнадзор). В целом 18% пользователей ответили, что они слышали о таком требовании, однако постоянные пользователи интернета осведомлены вдвое лучше (21%), чем те, кто пользуется им время от времени (13%).

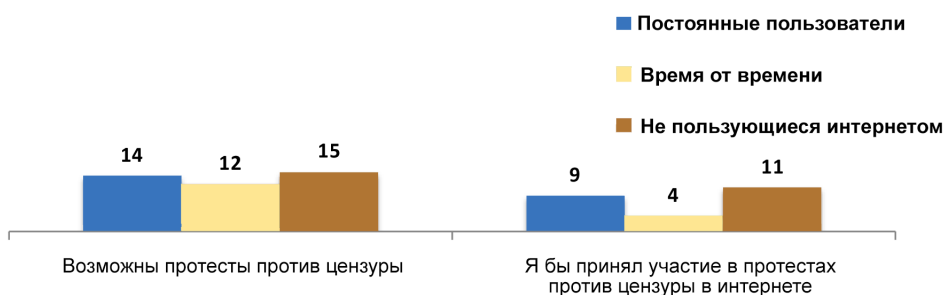


ДИАГРАММА 13: МНЕНИЕ О ВОЗМОЖНОСТИ ПРОТЕСТОВ ПРОТИВ ИНТЕРНЕТ-ЦЕНЗУРЫ ПО СЕГМЕНТАМ (доля от всех опрошенных; возможен один ответ)

Из тех, кто знал о существовании нового требования, абсолютное большинство (70%) поддерживают его, небольшое меньшинство (20%) выступает против, а 10% от осведомленных пользователей не смогли определиться со своим отношением (см. Диаграмму 15). Примерно двое из пяти (37%) из тех, кто слышал о законе и не поддерживал его (т.е. около 7% от всех интернет-пользователей) сказали, что они готовы либо подписать интернет-петицию

против закона (26%) или принять участие в офлайн-протестах и выступлениях (11%).

Российских интернет-пользователей также спросили, при каких условиях они бы поддержали или не поддержали бы временное отключение интернета правительством России. Распределение ответов приводится в Диаграмме 16. В целом в том или ином случае 58% пользователей

при определенных условиях поддержали бы правительство, если бы то отключило интернет: в случае национальной опасности (48%), затем 9% считают, что достаточным основанием были бы массовые протесты, а еще 1% назвали другие причины. Для сравнения, 42% пользователей считают, что для отключения интернета правительством не может быть никаких оснований.

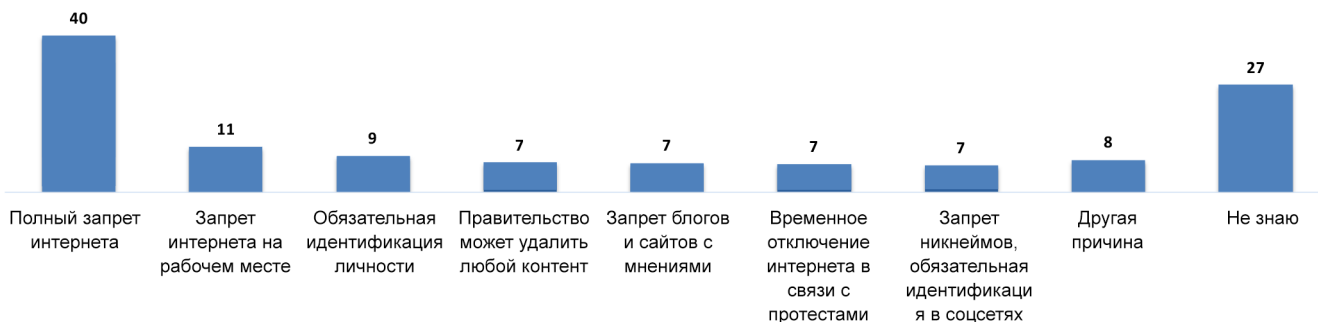


ДИАГРАММА 14: ОСНОВНЫЕ ПОВОДЫ ДЛЯ МАССОВОЙ МОБИЛИЗАЦИИ И ПРОТЕСТОВ В ЗАЩИТУ СВОБОДЫ В ИНТЕРНЕТЕ (доля ответивших; возможно несколько ответов)

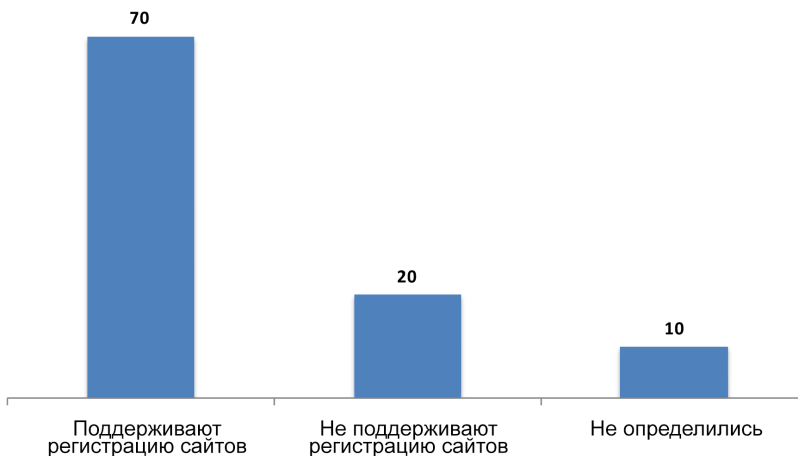


ДИАГРАММА 15: УРОВЕНЬ ПОДДЕРЖКИ ОБЯЗАТЕЛЬНОЙ РЕГИСТРАЦИИ САЙТОВ (доля пользователей интернета, осведомленных о законе; возможен один ответ)

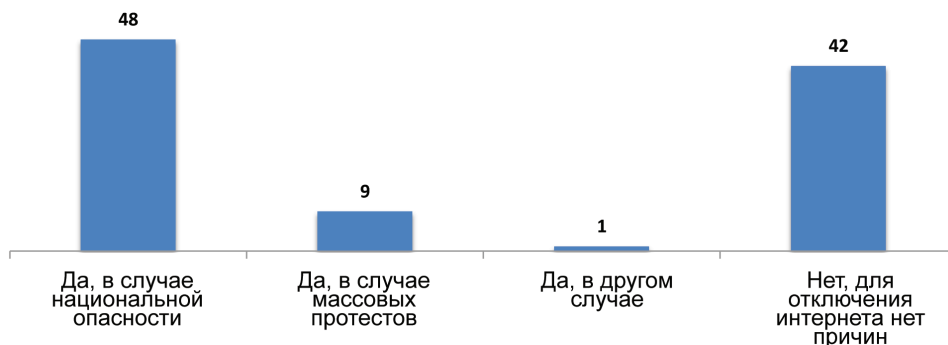


ДИАГРАММА 16: УРОВЕНЬ ПОДДЕРЖКИ ОБЯЗАТЕЛЬНОЙ РЕГИСТРАЦИИ САЙТОВ (доля пользователей интернета, осведомленных о законе; возможен один ответ)

Методология исследования

Респондентами исследования были совершеннолетние граждане, проживающие в Российской Федерации (мужчины и женщины 18 лет и старше). Опрос проводился методом личного опроса Всероссийским центром изучения общественного мнения (ВЦИОМ), который расположен в Москве, Россия (www.wciom.com). Репрезентативность по полу, возрасту, уровню образования, типу населенного пункта, виду трудоустройства обеспечивалась использованием многоступенчатой случайной выборки, в которую вошли 42 региона страны, а также соответствующим квотам на регион на уровне домохозяйств на основе данных национальной переписи 2010 г. Предел погрешности составляет +/- 3.1% при доверительном интервале 99% для ответов пользователей интернета, и +/- 4.0% предел погрешности при доверительном интервале 95% для лиц, не пользующихся интернетом.