

СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ НАУКИ

УДК 316

ИНТЕРНЕТ-ПРОСТРАНСТВО СТАРШЕГО ПОКОЛЕНИЯ: АНАЛИЗ ПРОБЛЕМЫ ВХОЖДЕНИЯ В ЦИФРОВУЮ ЭПОХУ

© 2018 г.

Г.Л. Воронин, М.М. Курячева

Воронин Геннадий Леонидович, д.соц.н., доц.; профессор кафедры общей социологии и социальной работы Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского; ведущий научный сотрудник Федерального научно-исследовательского социологического центра Российской академии наук, Москва

VoroninGLmail@mail.ru

Курячева Марсель Михайловна, аспирант Нижегородского института управления – филиала Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации
marso_1990@mail.ru

Статья поступила в редакцию 22.05.2018

Статья принята к публикации 19.07.2018

Интернет, сделавший первые шаги в начале 60-х годов, в настоящее время насчитывает, по разным источникам, от 3.3 до 3.8 млрд пользователей. Интернет-технологии, которые легко осваивает ребенок, с большим трудом даются человеку старшего возраста. В статье делается анализ включенности в интернет-пространства людей, родившихся до наступления эпохи Интернета. Авторы ограничиваются анализом взаимодействия с Интернетом возрастной группы 51 год и старше.

В качестве эмпирической базы исследования используются данные «Российский мониторинг экономического положения и здоровья населения НИУ-ВШЭ (RLMS-HSE)», проводимый Национальным исследовательским университетом «Высшая школа экономики» и ООО «Демоскоп» при участии Центра народонаселения Университета Северной Каролины в Чапел Хилле и Института социологии Федерального научно-исследовательского социологического центра РАН. (Сайты обследования RLMS-HSE: <http://www.cpc.unc.edu/projects/rlms> и <http://www.hse.ru/rlms>).

Ключевые слова: Интернет, включенность в интернет-пространство, социальные сети, информационное общество, социальное взаимодействие.

Введение

Сегодня продолжается процесс информатизации общества, внедрение новых технологий происходит постоянно и повсеместно. Сложно назвать хотя бы одну отрасль производства или сферу обслуживания, где не использовались бы электронные системы или компьютерные технологии. В связи этим отдельный интерес представляет собой старшее поколение и его особенности взаимодействия с Интернетом. Среди данной социальной группы использование технических средств коммуникаций менее распространено, чем среди молодежи. Но при этом «многие пожилые мотивированы к включению в интернет-пространство и используют семейные ресурсы для их приобретения, проявляют самостоятельность, что соответствует духу нового Закона о социальном обслуживании» [1, с. 84].

Теоретико-методологические подходы

Сегодня многие сферы обслуживания (банки, почта, медицинские учреждения, магазины и др.) перешли не только на частично электронное техническое обслуживание (терминалы, банкоматы), но и ввели электронные очереди или электронную запись. Кому-то кажется очевидным, что новые системы обслуживания удобны, экономят время (например, дистанционные системы оплат с помощью банковской карты), однако ряду людей это кажется незнакомым, непонятым, порой опасным, и это прежде всего мнение старшего поколения.

Целью данной статьи авторы определяют выявление причин и потребностей старшего поколения в освоении и использовании интернет-технологий, а также проведение социологической диагностики социально-демографических факторов, способствующих или препятствующих

щих уверенному освоению Интернета старшим поколением.

Для получения результата необходимо выявить взаимосвязь между социально-демографическими показателями и уровнем вовлеченности старшего поколения в интернет-пространство, его готовность использовать новейшие интернет-технологии. Важно понять, как владение новыми технологиями повлияет на жизнь старшего поколения, включая повседневные условия, и как изменится общество, если значительная его часть овладеет новыми технологиями. Стоит понимать, что важность данной темы обуславливается даже не столько комфортом, профессиональным ростом, самореализацией, сколько необходимостью и вынужденностью старшего поколения адаптироваться к новым цифровым условиям жизни. Для достижения поставленной задачи авторы статьи используют метод логистической регрессии, позволяющей сделать прогноз на событие. В нашем случае – это прогноз на включенность лиц старшего возраста в интернет-пространство.

Данную тему поднимали И.А. Григорьева и В.Н. Келасьев в статье «Интернет в жизни пожилых: намерения и реальность», в которой они рассмотрели сервис «КиберПочта» и насколько успешно он внедряется в жизнь пожилых граждан [1]. Т.С. Панина и Н.В. Павельева выступили со статьей «Использование информационно-коммуникационных технологий в непрерывном обучении людей «третьего возраста», где рассматриваются проблемы использования пожилыми людьми ресурсов сети Интернет и задачи, связанные с преодолением цифрового неравенства [2]. С.Е. Гасумова в работе «Отношение пожилых людей к сети Интернет и мобильной телефонной связи» показала, что в современных условиях в России формируется мотивационная готовность пожилых людей к освоению новых информационных технологий [3]. В статье Л.А. Солдатовой «Повышение человеческого потенциала старшего поколения посредством интернет-технологий» показано, что «средства массовой информации, включающие периодическую печать, радио, телевидение, кино, интернет-ресурсы и т. д., – это один из важнейших инструментов организации как местного сообщества, так и современного социума в целом» [4]. З.А. Бутуева в качестве приоритетной задачи образования для людей «третьего возраста» определила развитие и формирование у старшего поколения таких качеств и способностей, которые позволили бы им комфортно существовать в быстроизменяющемся мире. В качестве одного из условий успешной адаптации называется овладение лицами старшего поколения ин-

формационным ресурсом, в том числе с использованием Интернета [5]. Н.И. Нескромных и А.М. Мамадалиев в работе «Стратегии адаптивного поведения лиц пожилого возраста в интернет-пространстве» раскрыли специфику, конструктивные и деструктивные стратегии адаптивного поведения людей пожилого возраста в сети [6].

Также данный вопрос поднимался зарубежными коллегами: Smarn Loipha «Пожилые пользователи Интернета Таиланда (Thai Elderly Behavior of Internet Use)» [7]. В работе автор рассматривает возможность сделать пожилых социально активной группой посредством интернет-технологий, что в перспективе улучшит и их уровень жизни и положительно скажется на развитии общества в целом. Также автор рассмотрел причины, по которым новые технологии менее популярны у старшего поколения, нежели у молодежи. Alexander JAM van Deursen и Ellen Helsper опубликовали статью «Особенности понимания использования Интернета и его низкая востребованность среди пожилых людей (A nuanced understanding of Internet use and non-use among the elderly)» [8]. В работе показано, что пожилые – весьма разнообразная социальная группа и некоторые индивиды, ввиду условий жизни и личных особенностей, будут исключены из виртуальной жизни с большей вероятностью. Björn Niehaves и Ralf Plattfaut: «Интернет-принятие пожилыми людьми: использование теорий принятия технологий информационных систем для понимания возрастающего цифрового разрыва (Internet adoption by the elderly: employing IS technology acceptance theories for understanding the age-related digital divide)» [9]. В статье авторы говорят о том, что ИТ недостаточно используются старшим поколением, само исследование направлено на преодоление «цифрового разрыва» между старшим и молодым поколениями. Nam-kee G. Choi и Diana M. DiNitto: «Использование Интернета среди пожилых людей: взаимосвязь с потребностями в области здравоохранения, психологическим капиталом и социальным капиталом (Internet Use Among Older Adults: Association With Health Needs, Psychological Capital, and Social Capital)» [10]. В данной работе авторы сравнили здоровье и социальный капитал людей старшего возраста, которые пользуются Интернетом, а также тех, кто избегает пользоваться Интернетом. Shelia R. Cotten, George Ford, Sherry Ford и Timothy M. Hale: «Использование Интернета и депрессия среди пенсионеров пожилого возраста в США: панельный анализ (Internet Use and Depression Among Retired Older Adults in the United States:

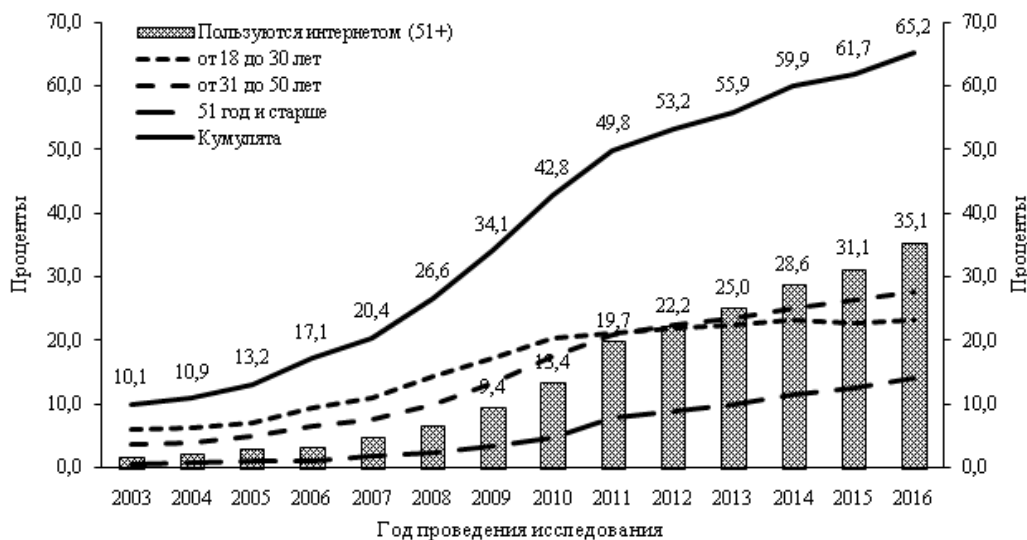


Рис. 1. Динамика изменения доли лиц, пользующихся Интернетом в течение последних 12 месяцев, в зависимости от возраста по выборке в целом и доля лиц, пользующихся Интернетом, в возрастной группе 51 год и старше, % (от числа жителей России старше 18 лет)

(A Longitudinal Analysis)» [11]. В работе выявлена взаимосвязь использования старшим поколением Интернета и уровня депрессии; показано, что Интернет устраняет социальную изоляцию, тем самым понижая уровень депрессии. Aaron Smith в статье «Пожилые люди и использование технологий (Older Adults and Technology Use)» показал продолжающийся рост численности интернет-пользователей среди старшего поколения, а также сравнил две группы: тех, кто использует и не использует Интернет. Раскрывается, что те, кто не используют новые технологии, часто оказываются менее обеспеченными или имеют проблемы со здоровьем [12]. María A. Ramón-Jerónimo, Begoña Peral-Peral и Jorge Arenas-Gaitán: «Elderly Persons and Internet Use (Пожилые люди и использование Интернета)» [13]. В данной работе авторы рассмотрели гендерные различия пожилых пользователей всемирной сети и отметили, что возможность использования Интернета у женщин больше, но при этом больший интерес к новым технологиям проявляют мужчины.

Результаты анализа

Включенность в интернет-пространство. Пользователи интернет-технологий старшего возраста вызывают интерес в первую очередь потому, что в ближайшие годы именно эта категория будет наиболее активно продолжать вливаться в интернет-пространство. Если в целом средний абсолютный прирост интернет-пользователей с 2003 по 2016 г. в возрастной группе лиц 18–50 лет составлял 4,2%, то в группе лиц 51 год и старше средний абсолют-

ный прирост в указанный период составлял 1,05%, следовательно, потенциал этой группы в освоении простора Интернета далеко не исчерпан.

Прирост новых пользователей в возрасте от 18 до 30 достиг своего максимума уже в 2010 г. и определяется уровнем рождаемости в предшествующие годы. Это объясняется тем, что большинство представителей молодежи уже является пользователями; так, в 2016 г. доля россиян в возрасте от 18 до 30, пользующихся Интернетом, находится в интервале от 92 до 94%. В возрастной группе 31–50 лет доля пользователей Интернета находится в интервале от 78 до 81%. И только в возрастной группе от 51 года и старше к интернет-пользователям относятся лишь 34–36%, что указывает на значительный резерв для увеличения доли интернет-пользователей в России (см. рис. 1).

В 2016 г. от 38 до 42% городского населения старше 51 являлись пользователями всемирной сети. Учитывая, что в городе проблемы физического доступа в Интернет достаточно эффективно решаются (что видно на примере интернет-пользователей от 18 до 30 лет), вполне правомерен вывод о том, что проблема доступа к интернет-ресурсам является производной от уровня потребности в такого рода услугах (деятельности). На селе только каждый четвертый в возрастной группе 51+ является пользователем Интернета. Таким образом, при актуализации потребности в интернет-деятельности этой возрастной группы происходит актуализация российского Интернета в целом.

За период наблюдения с 2003 по 2016 г. в целом фиксируется значительный рост числа пользователей Интернета в группах 18–30 лет и

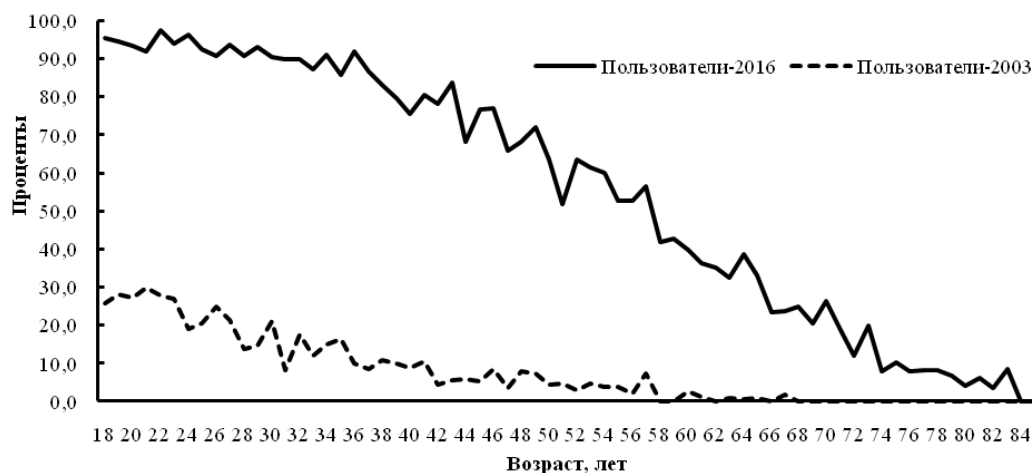


Рис. 2. Динамика изменения доли лиц в возрастных группах 18 лет и старше, пользующихся Интернетом в течение последних 12 месяцев, в 2003 г. и 2016 г., %. По данным RLMS-HSE, 2003–2016 гг.

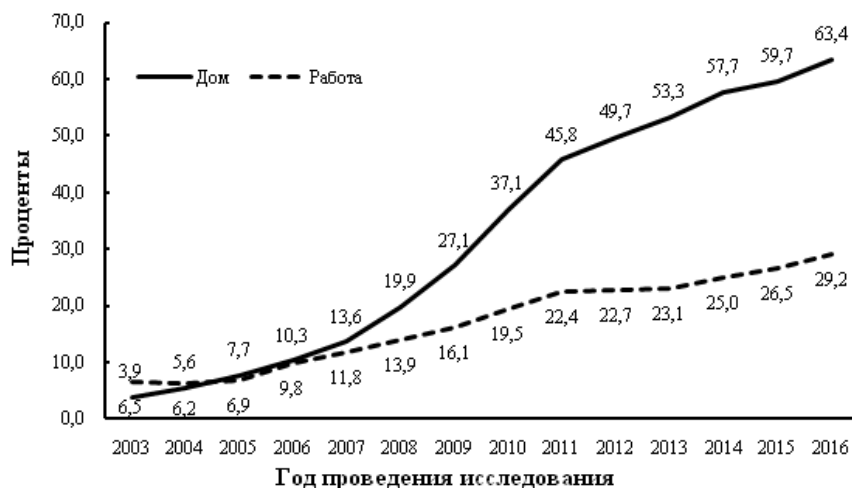


Рис. 3. Динамика изменения доли лиц, пользующихся Интернетом в течение последних 12 месяцев дома и на работе, среди лиц 18 лет и старше, %. По данным RLMS-HSE, 2003–2016 гг.

31–50 лет, в среднем около 70%, и только в возрастной группе 51 год и старше этот рост за 13 лет составил в среднем около 27 процентных пунктов (см. рис. 2).

Медианный возраст интернет-пользователя в возрастной группе 51+ в 2003 г. составлял 54 года, при максимальном возрасте 67 лет, но уже к 2016 г. эти показатели возросли до 57 и 88 лет, соответственно. Безусловно, надо учитывать естественное взросление пользователей: через 20 лет те респонденты, которым сейчас 31 год, будут относиться к старшей группе. Учитывая то, что сейчас около 80% населения (по данным на 2016 г.) в возрасте от 30 до 50 лет являются пользователями Интернета, мы получим практически полностью «цифровое» общество. Интерес представляет доля пользователей старшего возраста: если в 2003 году количество пользователей 58 лет и старше не достигало и 5%, то сейчас этот показатель для 58-летних значительно вырос и составил в 2016 г. 41,8%.

Места входа в интернет-пространство. Начиная с 2007 г. респонденты стали активнее пользоваться домашним Интернетом, нежели обращаться к сети по месту работы или учебы (годами ранее эти показатели были примерно равными – см. рис. 3). Домашний Интернет в 2016 г. был доступен 9 человекам из 10 в возрастной группе 18–30 лет, в группе 30–50 лет – 8 человекам из 10, а в возрастной группе 51 год и старше – только трем из 10. По месту работы, учебы в 2016 г. Интернетом пользуется только каждый десятый представитель возрастной группы 51 год и старше, тогда как в возрастной группе 18–30 лет каждый второй. К числу продвинутых пользователей, то есть тех людей, которые пользуются Интернетом дома, на работе, на учебе, в общественных местах, где есть Wi-Fi, в возрастной группе 51 год и старше в 2016 г. относилось менее 1% лиц, в возрастной группе 18–30 лет – 18,1%.

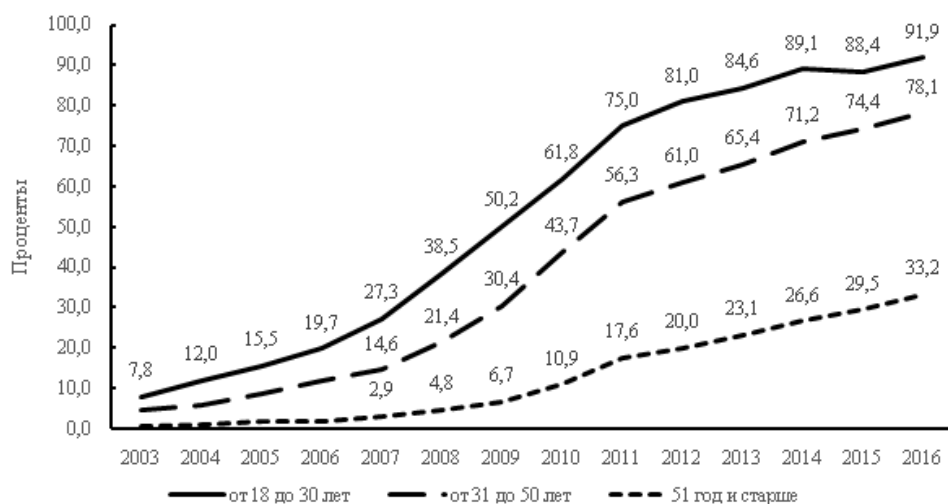


Рис. 4. Динамика изменения доли лиц в возрастных группах, пользующихся Интернетом у себя дома, среди лиц 18 лет и старше, %. По данным RLMS-HSE, 2003–2016 гг.

В возрастной группе 51 год и старше в 2016 г. зафиксировано различие в местах выхода в Интернет в зависимости от пола: мужчины несколько чаще используют для выхода в Интернет домашнюю сеть – 96.6%, женщины – 93.2%. Но женщины чаще выходят в Интернет по месту работы, учебы – 35.0%, тогда как среди мужчин данной возрастной категории – 28.8%. Выход в Интернет через Wi-Fi в данной возрастной группе пользуется наименьшей популярностью (3.6%), тогда как канал доступа в Интернет через Wi-Fi в группе 18–30 лет весьма популярен (30.6%).

С 2010 по 2011 г. произошел заметный скачок в увеличении доли пользователей домашнего Интернета: в возрастных группах 18–30 лет и 31–50 лет рост составил около 13 процентных пунктов, а в группе 51 год и старше – почти 7 процентных пунктов. Рост популярности домашнего Интернета с 2003 по 2016 г. практически десятикратный (6.5% и 63.4%, по всей выборке). В возрастной группе 51 год и старше пользователей домашней сети было в 2003 г. 0.5%, в 2016 – 33.2% (рис. 4).

Цели использования Интернета. К числу основных целей получения доступа в Интернет в 2016 г. для лиц старше пятидесяти лет относится получение новостей (30.1%), расширение своего кругозора (28.9%) и доступ к справочным материалам (28.9%). Таким образом, для лиц старше 50 лет наибольший интерес вызывает информационный блок. В целом по выборке доля ориентированных в поиске информационных материалов составляет около 37% данной возрастной группы в структуре населения России.

Как инструмент для общения Интернет выбирают 25.9% респондентов данной возрастной

группы, или 10.5% от всего населения России старше 18 лет. Для посещения социальных сайтов Интернетом пользуются 19.0% данной возрастной группы, или 7.7% от всех жителей России. Для развлечения Интернет используют 22.2% лиц старшей возрастной группы, или около 9% населения России старше 18 лет. В целом коммуникативный сегмент Интернета интересен для 27% данной возрастной группы в структуре населения России старше 18 лет.

Для покупок, получения товаров или услуг Интернет используют 10.2% лиц старше 50 лет, в целом по выборке доля этих лиц составляют лишь 4% населения России старше 18 лет. Для целей работы и учебы Интернет используют 13.8% и 1.8% лиц старшей возрастной группы, соответственно. Третий блок, который можно условно назвать «рабочим», в целом представляет интерес примерно для 10% данной возрастной группы в структуре населения России. Как мы видим, рабочие цели не являются самыми востребованными у старшего возраста.

Социальные сети, достаточно популярные в среде пользователей Интернета (в 2016 г. 47.9% использовали Интернет для посещения данных сайтов), в возрастной категории 51+ еще не набрали должной популярности – 7.7%. В исследовании зафиксированы различия в предпочтениях по социальным сетям в разных возрастных группах: в возрастной группе 18–30 лет отдают предпочтение «ВКонтакте» (71.6%), возрастные группы 31–50 лет и 51 год и старше предпочитают социальную сеть «Одноклассники» – 44.2% и 16.5%, соответственно. «Твиттер», «ЖЖ» и «Фейсбук» являются наименее востребованными социальными сетями в русском сегменте Интернета во всех возрастных группах. Средний стаж использования социальных сетей находится в интервале 5–6 лет.

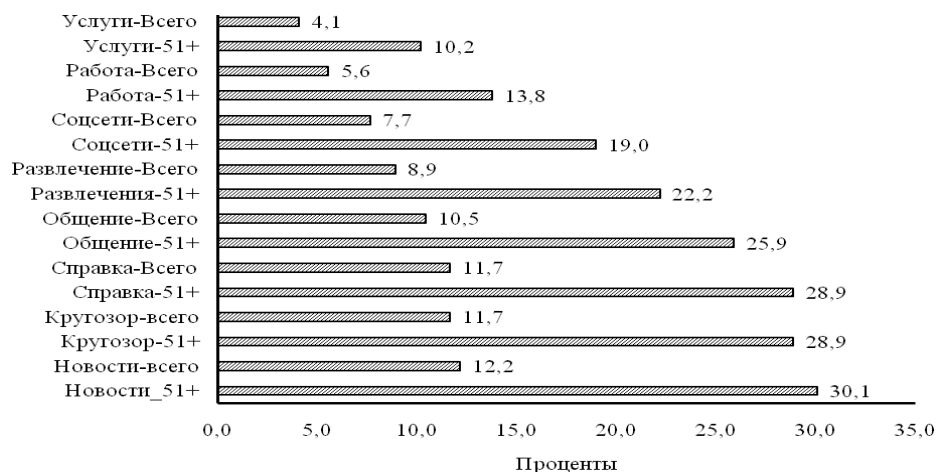


Рис. 5. Доля лиц старше 50 лет, использующих Интернет с целью получения новостей, расширения кругозора, поиска справочной информации, общений, развлечений, посещения социальных сетей, по работе, учебе или для получения интернет-услуг, %, 2016 г. (доля от лиц в группе старше 50 лет – 51+, доля данной группы в структуре населения России – Всего). По данным RLMS-HSE, 2003–2016 гг.

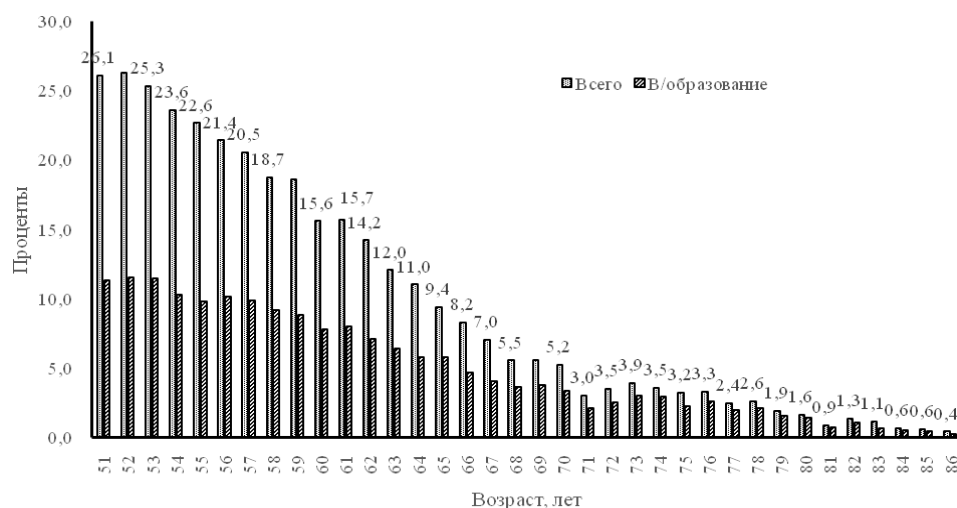


Рис. 6. Доля интернет-пользователей в возрастных группах 51 год и старше в целом и для лиц с высшим образованием, %. По данным RLMS-HSE, 2003–2016 гг.

Возраст. В группе лиц в возрасте 51 год и старше не зафиксировано различий между мужчинами и женщинами, пользующимися Интернетом. Так, например, в 2016 г. доля интернет-пользователей мужчин и женщин составляла 35,2% и 35,1%, соответственно. Отсутствие различий в долях интернет-пользователей среди мужчин и женщин характерно для всех лет наблюдения, начиная с 2003 г.

Здесь интересно сравнить российский и тайский сегменты: Smart Loipha в своем труде «Пожилые пользователи Интернета Таиланда» пишет, что интернет-аудитория по гендерному признаку отличается: женщины меньше используют Интернет. Впрочем, там процент пожилых, которые не имеют опыта использования новых технологий, гораздо выше, чем в России (80,7% жителей Таиланда, против 64,1% в России, не имеют доступа в Интернет), и растет с

увеличением возраста. Так, люди старше 80 лет не имеют опыта использования Интернета вовсе [7]. Об аналогичных выводах по гендерному различию пишут María A. Ramón-Jerónimo, Begoña Peral-Peral и Jorge Arenas-Gaitán в статье «Пожилые люди и использование Интернета». Более того, мужчины считают использование новых технологий более простым и менее опасным способом коммуникации [13].

В возрасте 51 год и старше среднее ежегодное абсолютное снижение доли интернет-пользователей составляет 0,73%. Если в возрасте 51 год доля интернет-пользователей – 26,1%, к 80 годам этот показатель составил 1,6%. В группе лиц 51 год и старше доля интернет-пользователей с высшим образованием за этот период (30 лет) снижается с 11,3% до 1,4%, а среднее абсолютное снижение составляет 0,28%. То есть в группе лиц с высшим образо-

Таблица 1

Доля граждан России, пользующихся Интернетом, среди работающих и неработающих в различных возрастных группах в 2003–2016 гг., %

Год	18–30 лет		31–50 лет		51 год и старше	
	Работают	Не работают	Работают	Не работают	Работают	Не работают
2003	24.2	22.7	9.9	4.9	5.1	0.2
2004	23.6	26.0	12.5	4.0	5.9	0.6
2005	29.6	27.1	15.5	6.0	7.6	0.9
2006	35.3	37.3	20.6	6.6	8.4	0.8
2007	43.2	41.2	23.2	8.5	12.4	1.5
2008	56.2	49.6	30.6	12.2	16.2	2.1
2009	64.1	64.1	41.7	17.2	21.1	3.2
2010	74.6	69.4	54.2	26.0	27.6	5.5
2011	86.2	74.9	64.7	41.9	35.9	10.3
2012	88.4	82.7	69.6	42.9	40.2	11.9
2013	90.2	82.5	72.8	46.6	42.9	14.7
2014	94.3	85.2	79.1	50.5	50.4	16.1
2015	94.2	86.0	80.5	58.4	53.3	18.4
2016	95.7	89.5	84.4	60.4	59.4	21.8

ванием среднее абсолютное снижение интернет-пользователей более чем в два раза ниже, чем в целом по этой возрастной группе.

Занятость. Наличие постоянной трудовой занятости во многом стимулирует население России использовать Интернет в своей повседневной жизни. Но наибольшее влияние работа, как стимул обращения к интернет-информации, оказывает на старшую возрастную группу. Если в 2016 г. доля пользователей Интернета в возрастной группе 18–30 лет среди работающих и неработающих составляла 95.7% и 89.5%, соответственно, в возрастной группе 30–50 лет – 84.4% и 60.4%, то в старшей возрастной группе эти показатели составляют 59.4% и 21.8%, соответственно. Таким образом, работа как производительная деятельность или работа как нахождение человека в трудовом коллективе продвигают человека в направлении превращения в интернет-пользователя (см. табл. 1).

Доход. Уровень материального положения имеет прямую взаимосвязь с уровнем включения в интернет-пространство лиц старшей возрастной группы. В высокодоходной группе около семи человек из десяти пользуются Интернетом, тогда как в низкодоходной группе – только четыре человека из десяти. В то же время темпы прироста лиц, пользующихся Интернетом, в

низкодоходной и среднедоходной группах в период с 2011 по 2016 г. увеличились практически в два раза, что говорит о возрастающей доступности Интернета для всех слоев населения. В высокодоходной группе рост составил 1.25 раза (см. табл. 2). Схожие результаты описал в работе под названием «Пожилые люди и использование технологий» Aaron Smith, где сравнил две группы пожилых: тех, кто используют и не используют Интернет [12]. Автор пишет, что те люди, которые более материально обеспечены, вовлечены в цифровую жизнь активнее, в то время как их ровесники, которые не используют новые технологии, часто отрезаны от них и физически, и психологически.

Интернет-интерес респондентов старшей возрастной группы с разным уровнем достатка показал, что наиболее широкий спектр этого интереса у лиц с высоким уровнем дохода. Так, например, в 2016 г. в старшей возрастной группе лица с доходом выше среднего в пять раз чаще используют Интернет для учебы, в девять раз чаще для работы и в 1.7 раза чаще для покупок и оплаты услуг, чем это делают люди с доходом ниже среднего. Показатель обращения лиц с высокими доходами к Интернету за получением справочной информации в 2016 г. почти на двадцать процентных пунктов выше, чем в низкодоходных группах, 92% и 74.6%, соответственно (см. табл. 3).

Таблица 2

**Доля включенных в интернет-пространство граждан России от 51 года и старше
в зависимости от уровня индивидуального дохода* в 2011–2016 гг., %**

Год	Низкодоходная (до 0.75)	Среднедоходная (0.75–2.25)	Высокодоходная (>2.25)	Хи-квадрат	Асимптотическая значимость (2-сторонняя)	Коэффициент сопряженности
2011	13.7	16.7	56.9	518.97	<0.001	0.277
2012	15.0	19.5	60.1	451.67	<0.001	0.276
2013	17.6	23.4	57.9	305.48	<0.001	0.237
2014	18.6	28.1	63.4	280.26	<0.001	0.251
2015	22.0	29.8	66.3	239.06	<0.001	0.235
2016	26.5	33.9	71.3	221.58	<0.001	0.229

*Принадлежность к той или иной группе по уровню дохода определялась в зависимости от того, насколько индивидуальный доход респондента отличался от медианного значения по выборке в целом (к низкодоходным группам относятся респонденты с индивидуальным доходом 0.75 и ниже медианного значения по выборке).

Таблица 3

**Цели посещения Интернета гражданами России в возрасте 51 год и старше, принадлежащими
к разным доходным группам в 2014, 2015 и 2016 годах, %**

Уровень индивидуального дохода*	Учеба	Работа	Справка	Покупки
2014 год				
низкодоходные (до 0.75)	2.6	16.1	71.5	20.6
среднедоходные (0.75–2.25)	5.1	39.7	76.1	22.3
высокодоходные (свыше 2.25)	8.6	67.8	85.1	31.2
2015 год				
низкодоходные (до 0.75)	3.5	13.2	74.9	25.6
среднедоходные (0.75–2.25)	5.3	39.9	79.8	23.4
высокодоходные (свыше 2.25)	13.0	72.3	91.2	34.9
2016 год				
низкодоходные (до 0.75)	2.5	8.6	74.6	26.0
среднедоходные (0.75–2.25)	4.1	39.6	82.8	26.7
высокодоходные (свыше 2.25)	12.5	74.8	92.0	44.9

*Принадлежность респондента к той или иной группе по уровню дохода определялась в зависимости от того, насколько индивидуальный доход респондента отличался от медианного значения по выборке в целом (к низкодоходным группам относятся респонденты с индивидуальным доходом 0.75 и ниже медианного значения по выборке).

Таблица 4

**Технические приспособления для выхода в Интернет, используемые
респондентами разных возрастных групп в 2014, 2015 и 2016 гг., %**

Гаджеты	18–30 лет	31–50 лет	51 год и старше
2014 год			
Ноутбук, лэптоп	63.6	52.7	51.9
Персональный компьютер	62.2	70.6	66.0
Планшет	22.9	18.1	10.3
Мобильный телефон/смартфон	66.6	37.1	16.0
2015 год			
Ноутбук, лэптоп	64.4	54.9	52.8
Персональный компьютер	60.9	69.7	63.3
Планшет	26.0	21.7	12.0
Мобильный телефон/смартфон	74.6	47.2	21.5
2016 год			
Ноутбук, лэптоп	62.8	53.8	50.9
Персональный компьютер	59.8	66.8	60.5
Планшет	21.5	22.0	15.2
Мобильный телефон/смартфон	80.9	59.8	30.2

Устройства (гаджеты). Лица старшего возраста, по данным 2016 г., в качестве технических средств для выхода в Интернет отдают предпочтение персональным компьютерам и ноутбукам, 60.5% и 50.9%, соответственно

(см. табл. 4). При этом низкой популярностью в этой возрастной группе пользуется мобильный телефон – 30.2% (2016 г.), но этот гаджет активно набирает поклонников и в этой группе: 2014 г. – 16.0%, 2015 г. – 21.5%, 2016 г. – 30.2%.

Таблица 5

**Характеристика модели и коэффициенты логистического уравнения
для возрастной группы 51 год и старше, по данным 2016 г.**

Переменные	2016 год				
	Коэффициенты (В)	Средне-квадратичная ошибка	Статистика Вальда	Значимость	Exp (В)
Константа	3.016	0.392	59.257	<0.001	20.402
Коэффициент предиктора «Занятия физкультурой и спортом» (0 – «нет», 1 – «да»)	0.669	0.084	63.081	<0.001	1.953
Коэффициент предиктора «Инвестиции в образование» (0 – 28 лет)	0.254	0.014	346.721	<0.001	1.290
Коэффициент предиктора «Доход в месяц» (0 – 500000 руб.)	0.00003	0.000003	84.962	<0.001	1.000
Коэффициент предиктора «Город–село» (1 – 2)	-0.358	0.077	21.626	<0.001	0.699
Коэффициент предиктора «Занятость: не работает – работает» (0 – 1)	0.249	0.090	7.684	<0.01	1.282
Коэффициент предиктора «Возраст респондента» (51 год и старше)	-0.123	0.005	505.580	<0.001	0.885
Коэффициент предиктора «Пол: мужчина – женщина» (1 – 2)	0.263	0.072	13.533	<0.001	1.301
Общая доля правильно предсказанных значений, %	77.5	–	–	–	–
Сводка для модели: R-квадрат Нэйджелкерка	0.423	–	–	–	–
Универсальный критерий коэффициентов модели: хи-квадрат	2126.675	–	–	–	–
Число степеней свободы	7	–	–	–	–
Значимость	<0.001	–	–	–	–

В возрастной группе 18–30 лет наиболее популярным гаджетом для выхода в Интернет является мобильный телефон – 80.9% (по данным 2016 г.). В возрастной группе 51 год и старше к продвинутым пользователям, лицам, использовавшим для выхода в Интернет два и более технических устройства, относятся: в 2014 г. – 31.2%, в 2015 г. – 34.8%, в 2016 г. – 38.3%.

Логистическая регрессия. Логистическая регрессия позволяет нам выявить социально-демографические характеристики респондента и их влияние на включенность в интернет-пространство лиц старшей возрастной группы. Другими словами, применяя логистическую регрессию, мы выясняем, насколько вероятно, что тот или иной представитель старшей возрастной группы будет использовать Интернет для получения информации или услуг, насколько вероятно наступление этого события и какое влияние оказывают на него те или иные характеристики респондента (см. табл. 5).

Результаты логистического анализа включенности старшей возрастной группы (51 год и старше) в интернет-пространство по данным 2016 г. позволяют нам говорить о том, что основными социально-демографическими характеристиками, способствующими этой включенности, являются: образование (при увеличении

уровня образования на один год шансы стать интернет-пользователем возрастают в 1.29 раза); занятия физкультурой (спортом) (шансы возрастают в 1.95 раза); занятость (для работающих они выше в 1.28 раза, чем для неработающих); пол (у женщин в 1.3 раза выше, чем у мужчин). Такие особенности респондента, как проживание на селе, снижают шансы стать интернет-пользователем в 0.699 раза, а прибавление к возрасту одного года снижает шансы стать интернет-пользователем или увеличивает шанс перестать быть им в 0.885 раза. Высокое качество модели определяется общей долей правильно предсказанных значений – 77.5% и показателем R-квадрат Нэйджелкерка, равным 0.423 (см. табл. 5).

Рассмотрим включенность в интернет-пространство мужчины 62 лет, проживающего в городе, уделяющего внимание физическим упражнениям и спорту, работающего, имеющего доход 25 тыс. рублей в месяц, инвестировавшего в образование 27 лет. Какова вероятность этого человека быть интернет-пользователем?

Вероятность наступления события равна $1/(1+e^{-z})$, где $e=2.71828$ – основание натурального логарифма; z – линейная комбинация независимых переменных, $z=b_0 + b_1x_1 + b_2x_2 + \dots + b_px_p$. Применительно к нашему примеру см. формулу (1).

$$z = 3.016 + 0.669*1 + 0.254*27 + 0.00003*25000 - 0.358*1 + 0.249*1 - 0.123*62 + 0.263*1;$$

$$z = 3.831327. \quad (1)$$

Вероятность наступления события = $1/(1 + e^{-z}) = 0.9788$.

$$z = 3.016 + 0.669*0 + 0.254*10 + 0.00003*30000 - 0.358*1 + 0.249*1 - 0.123*62 + 0.263*1;$$

$$z = -1.01686. \quad (2)$$

Вероятность наступления события = $1/(1 + e^{-z}) = 0.265639$.

Вероятность наступления события – в нашем случае это включенность человека в интернет-пространство – составляет 0.9788, то есть данный человек является интернет-пользователем.

Во втором случае мы рассмотрим вероятность пользования Интернетом гражданина с такими же характеристиками за исключением: образование – 10 классов; доход – 30 тыс. рублей в месяц; не занимается физкультурой. Вероятность наступления события (интернет-пользователь) для этого человека составляет 0.265639 (формула (2)).

Возможно ли, что этот человек является пользователем Интернета? Да, возможно, но маловероятно. Таким образом, делаем вывод: данный человек не является интернет-пользователем.

Выводы

В настоящее время в возрастной группе от 51 года и старше большинство граждан России не является интернет-пользователями, что говорит о большом резерве для вовлечения в цифровую жизнь. Данная аудитория продолжит стремительно увеличиваться. Это связано не только с естественным взрослением, но и повышением образовательного уровня этой группы, продолжением трудовой занятости в связи с планируемым увеличением пенсионного возраста. Основной интерес группы связан с информационным блоком, что будет делать эту группу еще более социально активной.

Гендерные различия среди старшего поколения интернет-пользователей в российском сегменте, в отличие от некоторых других стран, не наблюдаются, однако есть взаимосвязь с доходом: чем он выше, тем с большей вероятностью человек обратится к новым технологиям. Однако за последние годы наблюдается значительный скачок числа пользователей среди среднедоходных и низкодоходных групп, поэтому правомерно делать вывод, что новые технологии становятся доступны всему населению, в том числе и старшему поколению.

В качестве устройств (гаджетов) для входа в Интернет в старшей возрастной группе наи-

большей популярностью пользуются персональные компьютеры и ноутбуки, однако в последние годы заметен значительный рост популярности мобильных телефонов.

Список литературы

1. Григорьева И.А., Келасьев В.Н. Интернет в жизни пожилых: намерения и реальность // Социологические исследования. 2016. № 11. С. 82–85.
2. Панина Т.С., Павельева Н.В. Использование информационно-коммуникационных технологий в непрерывном обучении людей «третьего возраста» // Профессиональное образование в России и за рубежом. 2014. 3 (15). С. 50–54.
3. Гасумова С.Е. Отношение пожилых людей к сети Интернет и мобильной телефонной связи // Вестник Пермского университета. Философия. Психология. Социология. 2016. Вып. 3 (27). С. 161–171.
4. Солдатова Л.А. Повышение человеческого потенциала старшего поколения посредством интернет-технологий // Вестник Челябинской государственной академии культуры и искусств. 2011. 2 (26). С. 14–18.
5. Бутуева З.А. Роль образования в ценностных ориентациях старших граждан: новые вызовы в изменяющемся мире // Вестник Бурятского государственного университета. 2012. 5. С. 163–167.
6. Нескромных Н.И., Мамадалиев А.М. Стратегии адаптивного поведения лиц пожилого возраста в интернет-пространстве // Медиаобразование. Media Education. 2017. № 1. С. 163–175.
7. Smarn Loipha. Thai elderly behavior of Internet use // Procedia – Social and Behavioral Sciences. 2014. 147. P. 104–110. URL: www.science direct.com.
8. JAM van Deursen A., Helsper E. A nuanced understanding of Internet use and non-use among the elderly // European Journal of Communication. 2015. Vol. 30 (2). P. 171–187.
9. Niehaves B., Plattfaut R. Internet adoption by the elderly: employing IS technology acceptance theories for understanding the age-related digital divide // European Journal of Information Systems. 2014. 23. P. 708–726.
10. Choi N.G., DiNitto D.M. Internet use among older adults: Association with health needs, psychological capital, and social capital // Journal of Medical Internet Research. 2013. Vol. 15. No 5.
11. Cotten S.R., Ford G., Ford S., Hale T.M. Internet use and depression among retired older adults in the United States: A Longitudinal Analysis // Journals of Gerontology. Series B Psychological Sciences and Social Sciences. 2014. 69 (5). P. 763–771.

12. Smith A. Older adults and technology use // Internet & Technology. Pew Research Center. April 3, 2014. URL: <http://www.pewinternet.org/2014/04/03/older-adults-and-technology-use/> (дата обращения: 14.05.2018).

13. Ramón-Jerónimo M.A., Peral-Peral B., Arenas-Gaitán J. Elderly persons and Internet use. Social Science Computer Review. 2013. № 31 (4). P. 389–403. URL: <https://www.researchgate.net/publication/258189872> (дата обращения: 14.05.2018).

**THE INTERNET SPACE OF THE OLDER GENERATION:
ANALYSIS OF THE PROBLEM OF ENTERING THE DIGITAL EPOCH**

G.L. Voronin¹, M.M. Kuryacheva²

¹Lobachevsky State University of Nizhny Novgorod

²Russian Academy of National Economy and Public Service under the President of the Russian Federation, Nizhny Novgorod Branch

The Internet, which made its first steps in the early 1960s, currently has from 3.3 to 3.8 billion users according to various sources. The Internet technology, which can be easily mastered by a child, presents great difficulties to an older person. The article analyzes the involvement of people born before the advent of the Internet era in the Internet space. The authors limit themselves to analyzing the interaction of the age group over 51 with the Internet.

As an empirical research base, we have used the RLMS-HSE data from the National Research University Higher School of Economics and ZAO «Demoscope» in conjunction with the Carolina Population Center, the University of North Carolina at Chapel Hill and the RAS Institute of Sociology.

Keywords: Internet, involvement in the Internet space, social networks, information society, social interaction, older generation.