



**Федеральное агентство по печати
и массовым коммуникациям**

Интернет в России

**Состояние, тенденции
и перспективы развития**

ОТРАСЛЕВОЙ ДОКЛАД

**Москва
2013**



**Федеральное агентство по печати
и массовым коммуникациям**

Интернет в России

*Состояние, тенденции
и перспективы развития*

ОТРАСЛЕВОЙ ДОКЛАД

**Москва
2013**

УДК 004.738.5 (470)
ББК 32.973.202
И73

Доклад подготовлен ОАО «Научно-исследовательский центр управления, экономики и информатики» (ОАО «НИЦ «Экономика»)

Авторский коллектив:

кандидат экономических наук Н.М. Гущина, Е.А. Ватолина, Г.В. Зельманович,
С.Ю. Лукашина, кандидат исторических наук М.Д. Крылова

В докладе использована информация открытых источников:

Группа компаний «TNS Россия»
Портал «Домены России»
Портал «LiveInternet.ru»
Портал «HotLog»
Всероссийский центр изучения общественного мнения
Фонд «Общественное Мнение»
Аналитический центр Юрия Левады
Российская Ассоциация электронных коммуникаций
Ассоциация Коммуникационных Агентств России
Аналитическое агентство «iKS-Consulting»
Исследовательская компания «comScore»
Аналитическая компания «Ipsos»
Компания «Net Applications»
Компания «J'son & Partners Consulting»
Компания «Point Topic»
Компания «International Data Corporation»(IDC)
Компания «eMarketer»
Компания «TrueConf»
Группа компаний «IBS»
Агентство «MASMI Russia»
Агентство «Digital Guru»
Информационно-аналитическое агентство «TelecomDaily»
Аналитический центр компании «Бегун»
Компания «Яндекс»
Компания «Mail.Ru Group»
Компания «Рамблер»
Компания «Лаборатория Касперского»
Компания «Доктор Веб»
Интернет- издание «CNews»

ISBN – 978-5-904427-31-3

© Федеральное агентство по печати
и массовым коммуникациям, 2013

СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	4
1. Техническая и технологическая база Рунет	5
1.1. Доступ к сети.....	5
1.1.1. Каналы доступа.....	5
1.1.2. Провайдеры доступа	7
1.1.3. Браузеры.....	9
1.2. Доменные зоны Рунет.....	11
2. Инфраструктура Рунета.....	14
2.1. Управление Рунетом	14
2.2. Общественные организации	15
2.3. Статистические ресурсы	16
2.4. Интернет-мероприятия	19
2.4.1. События 2012 г.....	19
2.4.2. События 2013 г.....	23
3. Базовые и вспомогательные сервисы.....	25
3.1. Электронная почта.....	25
3.2. Поисковые сервисы.....	26
3.3. Счетчики и рейтинги	27
3.4. Безопасность	27
3.5. Электронные платежные системы	29
3.6. Интернет-конкурсы	30
4. Интернет и общество	33
4.1. Информационно-поисковые возможности	33
4.2. Социальные коммуникации.....	36
4.3. IP-коммуникации.....	39
4.4. Досуг.....	43
4.5. Интернет ресурсы для детей и лиц с ограниченными возможностями.....	46
4.5.1. Интернет ресурсы для детей	46
4.5.2. Интернет ресурсы для лиц с ограниченными возможностями	48
5. Интернет и бизнес	50
5.1. Маркетинговые коммуникации	50
5.2. Электронная коммерция.....	53
5.3. Облачные вычисления	57
5.4. Экономические аспекты Интернет-бизнеса	61
6. Интернет и государство	62
6.1. Интернет и национальная экономика.....	62
6.2. Электронное правительство	63
6.3. Гражданское общество.....	69
7. Цифровой контент.....	71
7.1. Интернет-телевидение.....	71
7.2. Сетевые СМИ.....	74
7.3. Электронные книги	76
7.4. Сетевое аудио и видео	78
8. Правовые аспекты Интернет	79
9. Общая статистика.....	82
9.1. Статистика проникновения Интернет.....	82
9.2. Интересы и предпочтения пользователей сети	85
9.3. Различные статистические показатели сети.....	87
Выводы	89
Интернет-гlossарий	91

Введение

Интернет появился ровно тридцать лет назад. 1 января 1983 г. все компьютеры исследовательского отдела Пентагона были переведены на протоколы TCP/IP, ставшие стандартом Интернет-связи. Сегодня Интернет стал неотъемлемой частью жизни россиян и российского общества целом. Он повсеместно используется в личной жизни, в бизнесе, в государственном и муниципальном управлении. Функции Интернета также широки: передача информации и коллективное общение, информационные базы и управленческие задачи, помощь в учебе и проведение досуга. В бизнесе образуются новые направления и формы работы.

Кривая развития Интернета еще далека от своей асимптоты, поэтому ежегодно в Рунете отмечаются качественные изменения: увеличивается уровень проникновения, широкополосный доступ практически полностью вытеснил Dial-up (у России первое место в Европе), в области мобильного Интернета началась эксплуатация сетей 4-го поколения LTE, наблюдается устойчивый рост количества доменов во всех трех российских доменных зонах, рассматриваются заявки на новые кириллические доменные зоны («.МОСКВА», «.РУС»). реально стал доступен широкий набор государственных и муниципальных услуг, заработало межведомственное информационное взаимодействие.

Изучение тенденций развития Интернета – необходимое условие для своевременного принятия мер по его совершенствованию и оптимальному использованию в обществе, улучшению качества предоставляемых государственных услуг. Интернет стал столь обширной сферой, что сегодня в стране и мире десятки различных компаний занимаются его изучением и измерением.

Настоящий доклад представляет собой комплексный обзор развития Рунета, в том числе на фоне достижений глобальной Сети. Главная цель обзора — систематизация и обобщение данных о текущем состоянии российского сегмента Интернета, выявление тенденций и определение перспектив его развития на ближайший период. В докладе представлены качественные и количественные данные о динамике проникновения Рунета, предпочтениях россиян, использовании Интернета в бизнесе и в госуслугах. Основные статистические показатели обзора представлены по состоянию на конец 2012 г.

Используемые специальные термины, относящиеся к сфере Интернета, приводятся в глоссарии.

При подготовке доклада использовались открытые данные российских и зарубежных аналитических и исследовательских компаний, статистических ресурсов Рунета, публикации в печатных и электронных СМИ.

1. Техническая и технологическая база Рунет

1.1. Доступ к сети

1.1.1. Каналы доступа

Подробные данные о способах выхода россиян в Интернет дома и на работе можно почерпнуть из ежемесячных отчетов проекта «TNS Россия Web Index». Исследование охватывает население страны старше 12 лет в городах с численностью от 100 тыс. человек. Данные отчета за декабрь 2012 г. представлены на рис. 1.1 и 1.2.

Рисунок 1.1. Типы Интернет-соединений, используемые россиянами дома, в % от числа опрошенных (декабрь 2012 г.)

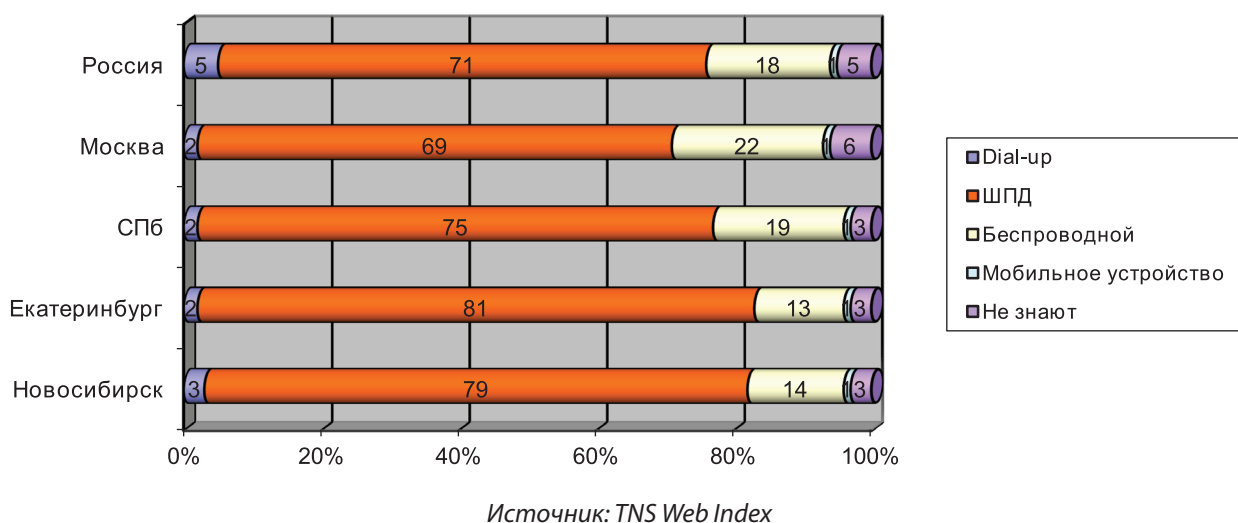
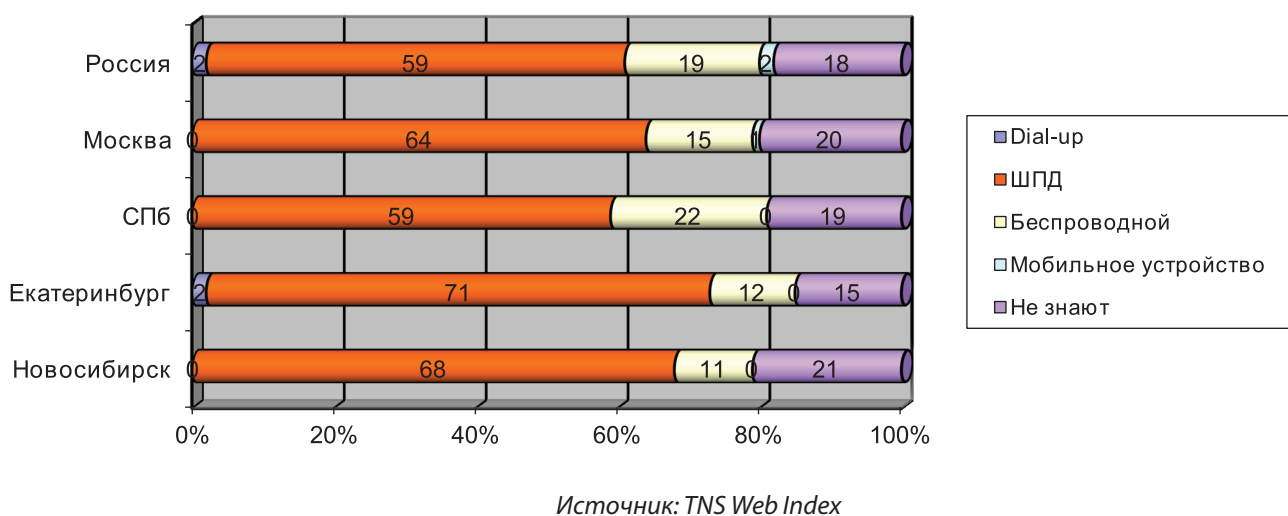


Рисунок 1.2. Типы Интернет-соединений, используемые россиянами на работе, в % от числа опрошенных (декабрь 2012 г.)



В городах России за прошедший год продолжала падать доля соединения через Dial-up: домашний Интернет – на один процентный пункт с 6% до 5%, рабочий Интернет радикальнее – с 4% до 2%. Еще один маргинальный сегмент – мобильные устройства (гаджеты) сохранил свои 1-2% без изменений. Не растет и доля беспроводного соединения. Зато постоянно увеличивается доля широкополосного доступа (ШПД), как наиболее скоростного и дешевого. В Екатеринбурге 81% домашнего Интернета обеспечивает ШПД.

Хорошую динамику ШПД в России подтверждает и исследование британской компании «Point Topic» (*point-topic.com*): пятое место в мире и первое место в Европе по числу ШПД-подписчиков – 22,83 млн абонентов (лидер Китай – 155 млн); второе место по числу новых подключений – 5,04 млн (лидер Китай – 22,6 млн); первое место по темпам роста абонентской базы – 28,3%.

В Москве «Московская городская телефонная сеть» (*mgts.ru*, МГТС), уже 10 лет предоставляющая ШПД-Интернет по стандарту ADSL по телефонным медным линиям, реализует масштабный проект по переводу своих сетей на оптоволокно. Проект по реконструкции медной инфраструктуры на оптоволоконную на базе технологии GPON (Gigabit-capable passive optical network) запущен в мае 2011 г. В квартире каждого абонента бесплатно устанавливается GPON-оборудование (оптический модем с Wi-Fi модулем), что позволит жителям пользоваться телефоном, Интернет на скорости до 200 Мбит/с, IP-телевидением, а также сервисами видеонаблюдения, охраны, управления коммунальными ресурсами. Подключение абонентов к новой сети производится поэтапно до 2015 г., а в 2016-2017 гг. будут демонтированы медные кабели. В 2012 г. к оптической сети подключены 1,7 млн домохозяйств.

ШПД в России более распространен, чем беспроводной мобильный доступ, но последний становится все более популярным. По оценкам «Json & Partners Consulting» в 2012 г. 83% от всей аудитории Рунета когда-либо пользовались беспроводным доступом. Аудитория мобильного Рунета составила на конец 2012 г. около 40 млн пользователей, а объем мобильного трафика превысил 100 млн Гб.

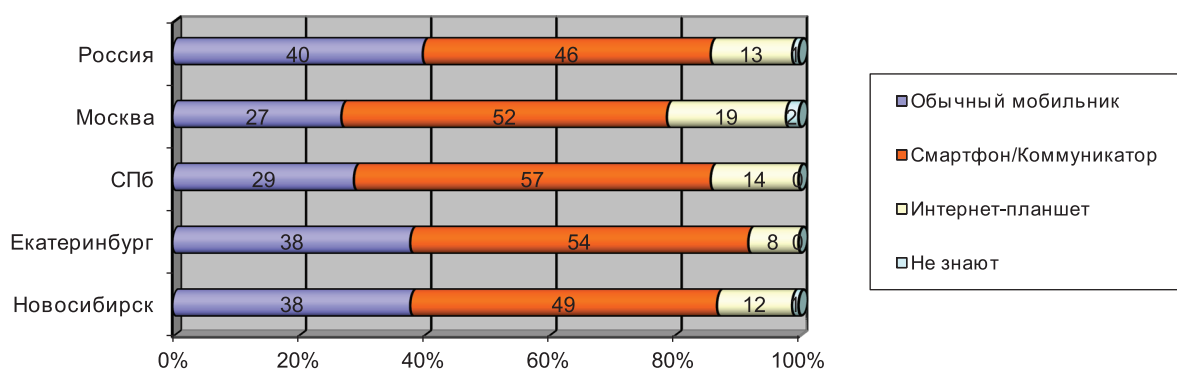
В области беспроводных широкополосных сетей связи наиболее перспективна технология LTE Advanced, используемая как для Интернета, так и для сотовой связи 4-го поколения. По сравнению со стандартами предыдущего поколения LTE предлагает качественно новые возможности: передача HD-видео, видеоконференцсвязь и др. По прогнозу «IHS iSuppli» (*www.isuppli.com*), в 2013 г. количество абонентов LTE во всем мире составит 198,1 млн человек, а к 2016 г. превысит миллиард человек.

Первым и основным Интернет-провайдером, использующем LTE Advanced, является компания «Скартел», работающая под брендом «Yota» и ранее применявшая технологию WiMax. На конец 2012 г. технология внедрена на фрагменте сети в Москве, включающем 11 базовых станций. Новая технология может обеспечивать скорость до 300 Мбит/с, и это рекордное значение для мобильного ШПД.

Развитию мобильного Интернета будет способствовать начавшаяся в октябре 2012 г. продажа новой операционной системы Windows 8, в которую заложены дополнительные возможности мобильной работы. Это встроенные решения для мобильного и Wi-Fi-подключения; собственная поддержка 3G и 4G, позволяющая мгновенно подключаться к Интернету; система автоматического задействования доступных территорий беспроводного доступа Wi-Fi по мере перемещения пользователя.

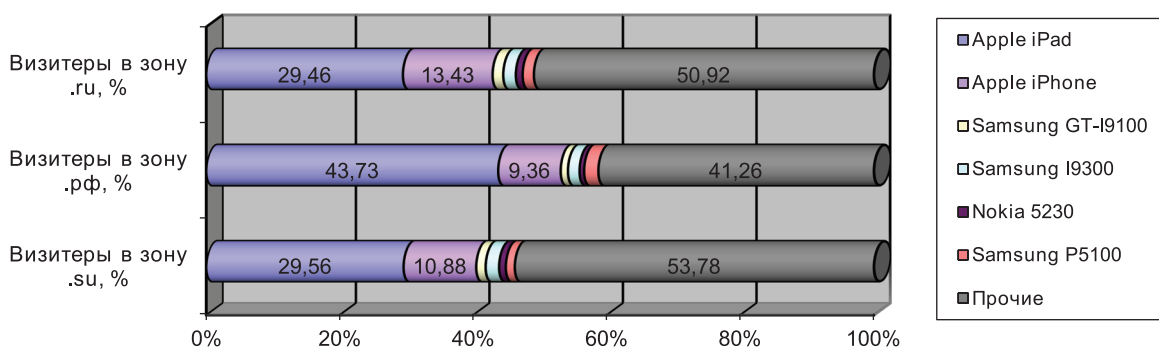
Статистика использования основных типов мобильных устройств для выхода в Интернет представлена на рис. 1.3. А представление о том, с каких типов гаджетов чаще всего пользователи выходят в Рунет через мобильный Интернет, дает рис. 1.4.

Рисунок 1.3. Основные мобильные устройства для выхода в Интернет, в % от пользователей мобильным Интернет (декабрь 2012 г.)



Источник: TNS Web Index

Рисунок 1.4. Использование видов гаджетов аудиторией Рунет при выходе на сайт в доменных зонах «.RU», «.РФ» и «.SU» (декабрь 2012 г.)



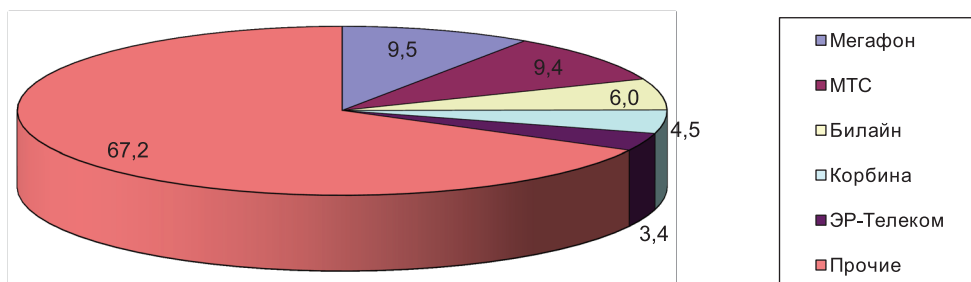
Источник: statdom.ru

1.1.2. Провайдеры доступа

Рынок провайдерских услуг устоялся. Об этом говорят данные сервис LiveInternet (рис. 1.5). За прошедший год доли ведущих провайдеров изменились только на десятые процента.

На провайдерском рынке по-прежнему доминирует «Большая четверка»: «Ростелеком», МТС, «Вымпелком» (бренд «Билайн»), «Мегафон». На диаграмме «Ростелеком» отсутствует отдельной структурой, так как в статистике представлен региональными компаниями. Провайдерам есть за что бороться. По оценке компании «Json & Partners Consulting», доходы провайдеров от предоставления услуги ШПД частным лицам в России выросли в 2012 г. до 81,2 млрд рублей с 71,8 млрд рублей в 2011 г.

Рисунок 1.5. Распределение численности аудитории Рунет по использованию услуг провайдеров во всех зонах Интернет, % (декабрь 2012 г.)



Источник: LiveInternet

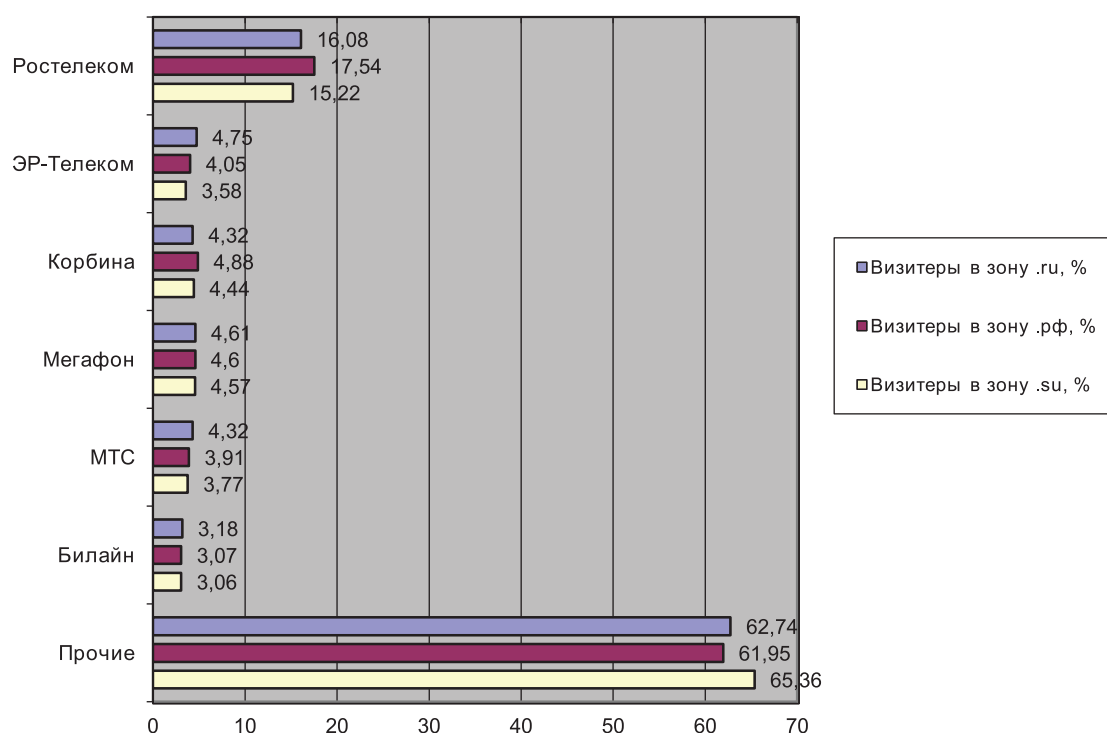
Провайдеры активно работают для сохранения и укрепления своих позиций. Так, МГТС (группа МТС) планирует предоставить доступ в Интернет на скорости до 200 Мбит/с за 1300-1500 рублей.

«Ростелеком» завершил сделку по оформлению полного контроля над группой «Скай Линк», а также запустил федеральное предложение, ориентированное на массовый сегмент рынка, по подключению пакета услуг – «Домашний Интернет» и «Интерактивное телевидение» с фиксированной ежемесячной платой. Стоимость ежемесячной платы зависит от скорости доступа в Интернет и составляет порядка 400 рублей. В 2012 г. у «Ростелекома» насчитывалось 8,6 млн абонентов ШПД, а количество домохозяйств по всей России, в которых смотрят федеральный продукт «Интерактивное ТВ» от «Ростелекома», достигло 1 млн.

Компания «ВымпелКом» (бренд «Билайн») ввела в Москве услугу «Домашний цифровой телефон» для пользователей, подключенных к домашнему Интернету или цифровому телевидению «Билайн» – выделяется городской номер в коде «499», а также доступ к услугам междугородной и международной телефонной связи. Количество пользователей проводного ШПД «Билайна» достигло 2,25 млн, а ежеквартальная выручка от ШПД в 2012 г. составила 2,9 млрд рублей.

Статистика по провайдерам, через которые пользователи Рунет попадают на сайты в зонах «.RU», «.РФ» и «.SU», представлена на рис. 1.6.

Рисунок 1.6. Распределение численности аудитории Рунет по использованию услуг провайдеров в доменных зонах «.RU», «.РФ» и «.SU» (декабрь 2012 г.)



Источник: statdom.ru

Рынок провайдерских услуг активно развивается не только в столицах, но и в провинции, где активно работают крупные провайдеры. Компания «ВымпелКом» (бренд «Билайн») увеличила скорость мобильного Интернета в Ярославле, Орле и Тамбове до 21 Мбит/с. Компания «Мобильные ТелеСистемы» (МТС) вышла на рынок ШПД в более чем 20 российских областях, в том числе Амурской, Воронежской, Пензенской и др. Сегодня МТС предлагает услуги фиксированной связи в более чем 150 городах РФ, обслуживая около 3 млн абонентов Интернета и платного ТВ.

Компания ТТК (www.ttk.ru), входящая в пятерку ведущих российских операторов связи (дочернее предприятие ОАО «РЖД»), в 2012 г. активно развивала свои 17 региональных предприятий.

В Новосибирске охват домохозяйств увеличен на 2,7 тысячи со скоростью доступа от 1 до 50 Мбит/с. Домашний интернет от «ТТК-Нижний Новгород» стал доступен еще 1,4 тыс. домохозяйств. Всего ТТК обслуживает 3,9 млн российских домохозяйств.

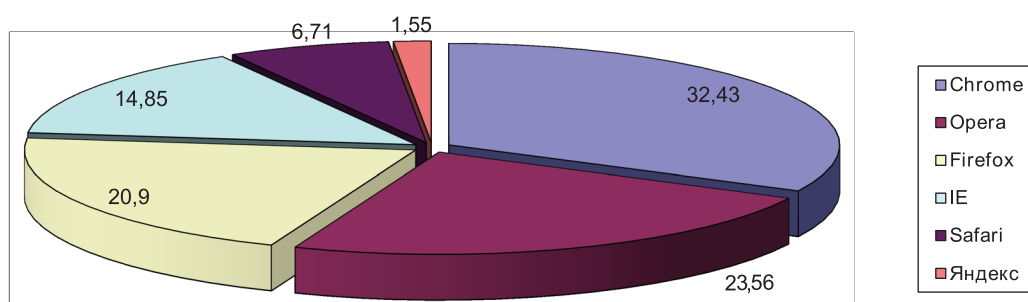
Телекоммуникационный холдинг «ЭР-Телеком» (*ertelecom.ru*, бренд «Дом.ru») в ноябре 2012 г. подключил пятимиллионного абонента, а с начала года абонентская база компании увеличилась более чем на миллион человек. Скорость доступа достигает 100 Мбит/с, а в Уфе введен Интернет-тариф, обеспечивающий круглосуточный доступ в Сеть со скоростью до 200 Мбит/с; в пакет входят 27 HD-каналов.

1.1.3. Браузеры

Системы Интернет-статистики HotLog и LiveInternet представили очередной ежемесячный отчет по использованию браузеров в Рунете за декабрь 2012 г. (рис. 1.7 и 1.8.). Весь период 2011–2012 гг. браузер «Chrome» от компании «Google» показывал уверенный рост и теперь значительно обгоняет еще год назад самый популярный в России проводник Opera.

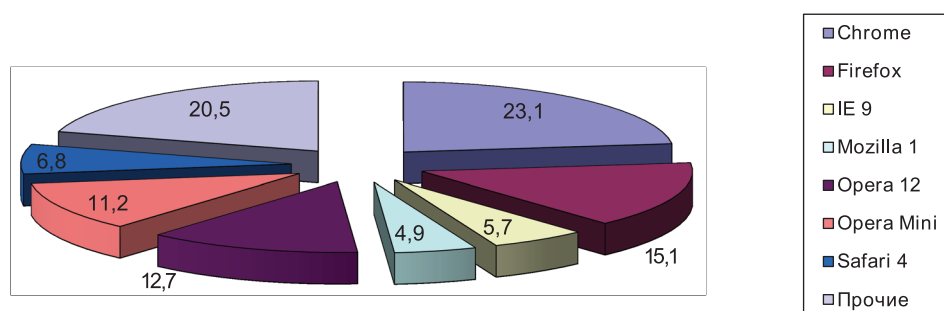
На диаграмме от HotLog новое имя – «Яндекс.Браузер», созданный российским одноименным поисковиком и доступный для скачивания с 1 октября 2012 г. Особенности браузера: сверхминималистичный интерфейс, интеграция с облачными сервисами поисковика, встроенные уведомления почты и соцсетей, наличие переводческого сервиса.

Рисунок 1.7. Распределение долей аудитории Рунет по использованию браузеров при выходе на любой сайт Интернет (декабрь 2012 г.)



Источник: HotLog

Рисунок 1.8. Распределение долей аудитории Рунет по использованию браузеров при выходе на любой сайт Интернет (декабрь 2012 г.)

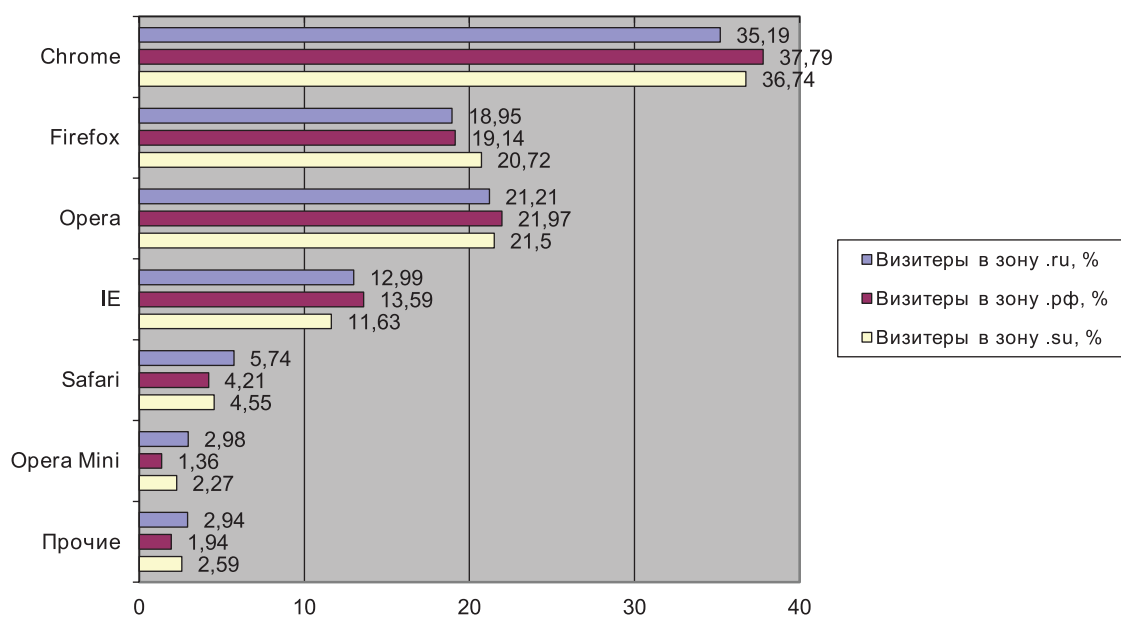


Источник: LiveInternet

В сентябре 2012 г. собственный «социальный» браузер Amigo анонсировала другая российская компания «Mail.ru Group». Пока он находится в фазе альфа-версии и недоступен для загрузки. Его ключевая особенность – встроенная панель с доступом к социальным сетям «Facebook», «ВКонтакте», «Одноклассники» и «Мой Мир».

Данные Интернет-ресурса «Домены России» о том, какие браузеры чаще используются для просмотра сайтов трех основных доменных зон Рунет, приведены на рис. 1.9.

Рисунок 1.9. Использование браузеров аудиторией Рунет при выходе на сайт в доменных зонах «.RU», «.РФ» и «.SU» (декабрь 2012 г.)

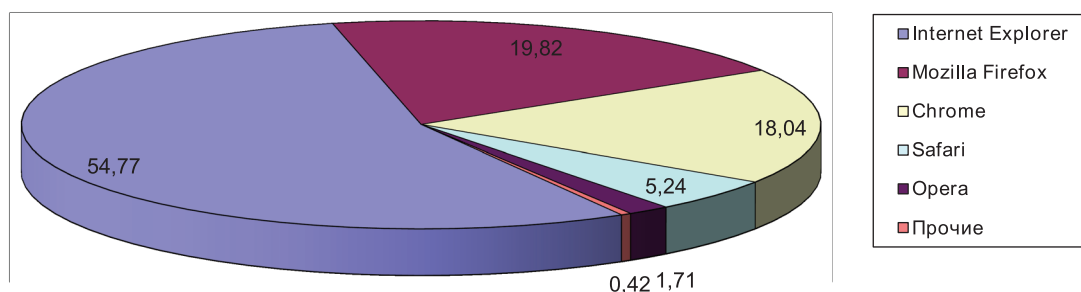


Источник: statdom.ru

Общемировую статистику по браузерам регулярно предоставляет измерительная компания «Net Applications». Последние замеры сделаны в декабре 2012 г. отдельно по персональным компьютерам и мобильным устройствам. Доли по персональным компьютерам приведены на рис. 1.10. В секторе браузеров для мобильных устройств лидеры другие: «Safari Mobile» – 60,56%; «Android» – 22,10%; «Opera Mini» – 10,71%.

Иные результаты предоставляет сервис «StatCounter», отслеживающий данные о посетителях более трех миллионов веб-сайтов со всего мира. По замерам за декабрь 2012 г. тройка лидеров была следующая: «Chrome» – 40,5% рынка; «Firefox» – 23,2%; «Internet Explorer» (IE) – 18,2%. Выход на рынок «Internet Explorer 10» вместе с новой операционной системой «Windows 8» возможно вернет IE на первое место.

Рисунок 1.10. Распределение долей мировой аудитории Интернет по использованию браузеров на персональных компьютерах, % (декабрь 2012 г.)



Источник: Net Applications

1.2. Доменные зоны Рунет

Характеристика состояния национальных доменных зон России на конец 2012 г. представлена в табл. 1.1. Общий прирост доменов за прошедший год составил примерно 15%, а количество доменов ежедневно увеличивалось более чем на 6000. По-прежнему основной зоной является домен «.RU», а популярность кириллического домена «.РФ» снизилась примерно на 17%.

Таблица 1.1. Характеристика доменных зон Рунет (декабрь 2012 г.)

Доменная зона	Год ввода	Всего доменов, шт.	Прирост, в % к 2011 г.	Прирост за сутки, шт.
.SU	1990	117580	15,3	117
.RU	1994	4355620	20,6	5609
.РФ	2010	775487	-17,3	756
Итого		5248687	15,1	6482

Источник: www.tcinet.ru

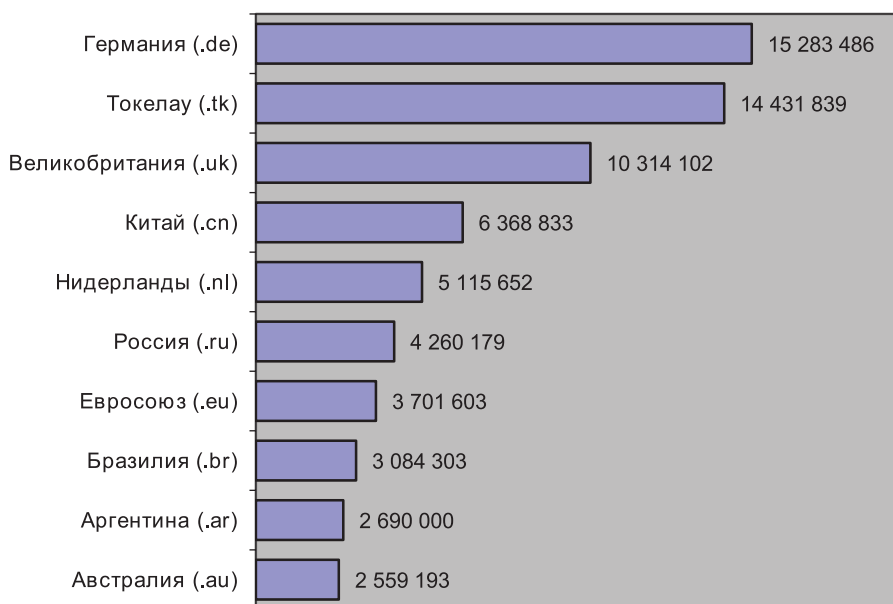
Как и год назад, три четверти доменов принадлежат физическим лицам. Соотношение физических и юридических лиц для разных зон составляет:

«.RU» – 75,1% / 24,9%; «.РФ» – 76,0% / 24%; «.SU» – 77,1% / 22,9%.

По итогам 2012 г. домен «.RU» среди национальных доменов мира занял 6-е место по числу зарегистрированных доменных имен, опустившись за год на 2 позиции (рис. 1.11). Россию потеснил Китай и Токелау (Токелау – территория под управлением Новой Зеландии, располагающаяся на трех малых островах в Тихом океане, но имеющая свой домен).

Развитие всех трех доменных зон происходит практически во всех субъектах Российской Федерации (табл. 1.2).

Рисунок 1.11. TOP-10 стран по числу зарегистрированных доменов (декабрь 2012 г.)



Источник: statdom.ru

**Таблица 1.2. Распределение доменов «.RU», «.РФ» и «.SU»
по крупным регионам России (декабрь 2012 г.)**

Регион	Зона «.RU»		Зона «.РФ»		Зона «.SU»	
	Кол-во доменов	Доля, %	Кол-во доменов	Доля, %	Кол-во доменов	Доля, %
Москва	1148722	26,97	240168	30,79	44963	38,68
Московская обл.	327586	7,69	69682	8,93	10463	9,00
Санкт-Петербург	308321	7,24	65710	8,42	8250	7,10
Свердловская обл.	85734	2,01	28508	3,65	2497	2,15
Краснодарский край	82607	1,94	26694	3,42	2650	2,28
Ульяновская обл.	73051	1,71	3243	0,42	463	0,40
Новосибирская обл.	69020	1,62	12360	1,58	2111	1,82
Челябинская обл.	65979	1,55	14945	1,92	1384	1,19
Воронежская обл.	65190	1,53	10328	1,32	2010	1,73
Самарская обл.	54663	1,28	11551	1,48	1083	0,93
Татарстан респ.	52482	1,23	13391	1,72	994	0,86
Ярославская обл.	50864	1,19	12991	1,67	1345	1,16
Башкортостан респ.	49366	1,16	8475	1,09	1712	1,47
Пермский край	48578	1,14	8986	1,15	1640	1,41
Ростовская обл.	48386	1,14	13123	1,68	1014	0,87
Ленинградская обл.	42330	0,99	6161	0,79	858	0,74
Смоленская обл.	42043	0,99	9304	1,19	918	0,79
Амурская обл.	40850	0,96	1804	0,23	1173	1,01
Саратовская обл.	37402	0,88	7875	1,01	683	0,59
Красноярский край	36660	0,86	14976	1,92	1053	0,91
Волгоградская обл.	32146	0,75	7895	1,01	1842	1,58
Омская обл.	31524	0,74	4850	0,62	546	0,47
Тюменская обл.	31063	0,73	10652	1,37	582	0,50
Нижегородская обл.	30978	0,73	5986	0,77	747	0,64
Калининградская обл.	30328	0,71	4460	0,57	594	0,51
Иркутская обл.	30321	0,71	6700	0,86	687	0,59
Приморский край	29704	0,70	5397	0,69	761	0,65
Тверская обл.	26499	0,62	4692	0,60	513	0,44
Алтайский край	26367	0,62	4401	0,56	622	0,54
Калужская обл.	25477	0,60	4305	0,55	735	0,63
Вологодская обл.	24023	0,56	2922	0,37	418	0,36
Тульская обл.	23672	0,56	4753	0,61	549	0,47
Ставропольский край	23340	0,55	6443	0,83	668	0,57
Кемеровская обл.	23296	0,55	4480	0,57	588	0,51
Белгородская обл.	22700	0,53	6455	0,83	415	0,36
Оренбургская обл.	22179	0,52	3840	0,49	439	0,38
Владимирская обл.	22115	0,52	4164	0,53	448	0,39
Мурманская обл.	21760	0,51	2559	0,33	246	0,21
Удмуртская респ.	21586	0,51	4614	0,59	413	0,36
Кировская обл.	19574	0,46	3088	0,40	323	0,28
Томская обл.	19020	0,45	2979	0,38	790	0,68
Липецкая обл.	18259	0,43	2327	0,30	308	0,26
Ивановская обл.	18108	0,43	6626	0,85	328	0,28
Хабаровский край	17202	0,40	3034	0,39	392	0,34
Рязанская обл.	16271	0,38	2927	0,38	292	0,25
Новгородская обл.	16261	0,38	1575	0,20	187	0,16
Архангельская обл.	15620	0,37	3525	0,45	359	0,31
Пензенская обл.	15505	0,36	2299	0,29	243	0,21

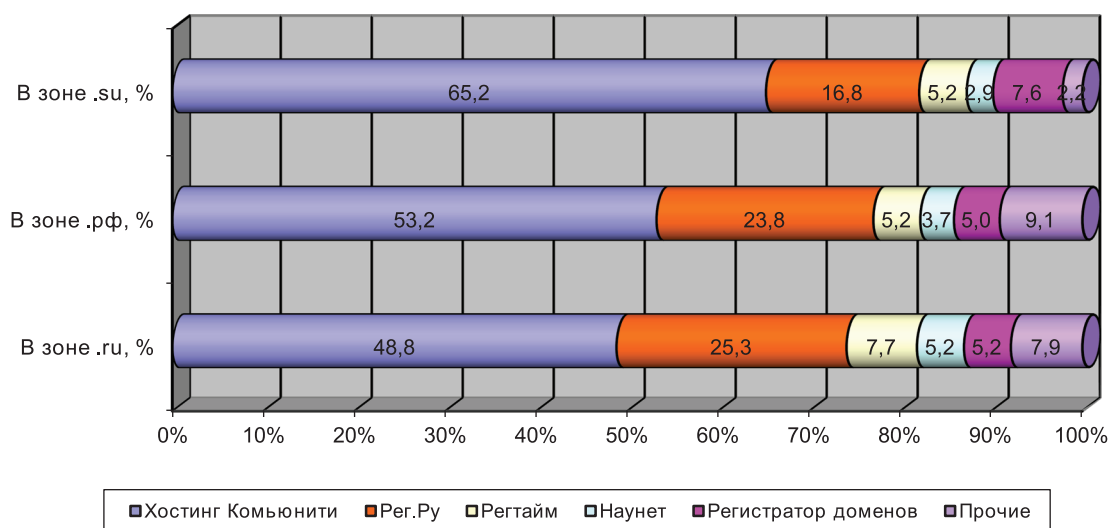
Регион	Зона «.RU»		Зона «.РФ»		Зона «.SU»	
	Кол-во доменов	Доля, %	Кол-во доменов	Доля, %	Кол-во доменов	Доля, %
Чувашская респ.	14397	0,34	2824	0,36	275	0,24
Курганская обл.	14055	0,33	2420	0,31	100	0,09
Прочие	846995	19,87	66615	8,56	13569	11,65
Итого	4260179	100	780082	100	116243	100

Источник: statdom.ru

В Москве зарегистрировано около 1,5 млн доменов во всех трех зонах. Это внушительное число подвигло Фонд содействия развитию технологий и инфраструктуры Интернет подать заявку в ICANN на домены «.MOSCOW» и «.MOCKBA». Данный проект поддержал Департамент информационных технологий города Москвы, который охарактеризовал его как «полезный инструмент для повышения узнаваемости города в Интернет». Столичные домены могут появиться уже к 2013 г. Еще одна российская компания «Русские Имена» подала заявку в ICANN на создание домена «.РУС». Кириллический домен «.РУС» предназначен для продвижения языка, культуры и самобытности мирового русскоязычного сообщества. Еще одна новация грядущего 2013 г. – в феврале стартует продажа двухсимвольных доменных имен в зоне «.RU.COM». На двухсимвольные доменные имена высокий спрос, так как они легко пишутся и запоминаются. Всемирное доменное пространство постоянно расширяется – в 2012 г. ICAAN запустил программу создания и регистрации новых доменных зон верхнего уровня: «.sport», «.baby», «.music» и многие другие.

В России к регистрации доменов допущено около 30 компаний-регистраторов. Доли крупнейших регистраторов в общем доменном множестве по всем трем зонам представлены на рис. 1.12.

Рисунок 1.12. Распределение между регистраторами доменов в зонах «.RU», «.РФ» и «.SU», % (декабрь 2012 г.)



Источник: statdom.ru

В Рунете придается большое значение легкости и удобству для граждан и фирм подбирать себе наиболее подходящее доменное имя. Об этом говорит и выбор победителей последней «Премии Рунета 2012» в номинации «Инновации и технологии». Лауреатом стал проект «Все домены мира» (www.nic.ru/dns), созданный регистратором доменов «RU-Center» (www.nic.ru). Проект дает возможность выбирать и регистрировать доменные имена в международных и национальных доменных зонах – всего доступно более 300 доменных зон.

2. Инфраструктура Рунета

2.1 Управление Рунетом

В табл. 2.1 приведен перечень российских государственных органов и международных организаций, осуществляющих функции контроля и управления «онлайн-территорией».

Таблица 2.1. Управление Рунетом

№п/п	Организация	Сайт	Функции организации по управлению Рунетом
1.	Министерство связи и массовых коммуникаций Российской Федерации (Минкомсвязь России)	minsvyaz.ru	Нормативно-правовое регулирование, а также выработка и реализация государственной политики в сферах информационных технологий, электросвязи, массовых коммуникаций и СМИ, в том числе электронных (включая развитие сети Интернет), и новых технологий в этих областях
2.	Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям (Роспечать)	www.fapmc.ru	Федеральный орган исполнительной власти, отвечающий за оказание государственных услуг в сфере СМИ и массовых коммуникаций, в том числе Интернет; оказание государственной поддержки сайтам, имеющим социальное или образовательное значение
3.	Федеральная служба по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор)	www.rsoc.ru	Федеральный орган исполнительной власти, осуществляющий функции по контролю и надзору в сфере СМИ и Интернет; обеспечение лицензирования провайдеров и регистрации Интернет-СМИ
4.	Государственная комиссия по радиочастотам при Минкомсвязи России (ГКРЧ)	minsvyaz.ru/ru/directions/?regulator=29	Межведомственный координационный орган, регулирующий использование радиочастотного спектра (что необходимо для развития мобильного Интернета) и отвечающий за формирование государственной политики в области его распределения и использования
5.	Международная корпорация Internet Corporation for Assigned Names and Numbers (ICANN)	www.icann.org	Исполнение IANA-функций (от англ. Internet Assigned Numbers Authority – администрация адресного пространства Интернет): управление пространствами IP-адресов и доменов верхнего уровня; регистрация типов данных MIME и др.
6.	Международный союз электросвязи (МСЭ)	www.itu.int/ru	Специализированное учреждение ООН в области информационно-коммуникационных технологий, распределяющее радиочастотный спектр и спутниковые орбиты, разрабатывающее технические стандарты и др.
7.	АНО «Координационный центр национального домена сети Интернет»	cctld.ru	Администратор национальных доменов верхнего уровня «.RU» и «.РФ» на основании соглашений о взаимодействии с Минкомсвязью России по вопросам управления национальными доменами «.RU» и «.РФ»
8.	Фонд Развития Интернет	www.fid.su	Администратор национальных доменов верхнего уровня «.SU»
9.	ЗАО «Технический Центр Интернет» (ТЦИ)	www.tcinet.ru	Обслуживание Главного реестра и системы регистрации национальных доменов, обеспечение бесперебойной работы доменной адресации Рунет

2.2. Общественные организации

В мире существует множество общественных организаций, целью которых является всемерное содействие развитию и популяризации Интернета. В России функционируют их филиалы, кроме того созданы самостоятельные ассоциации и союзы, действующие на общественных началах и способствующие развитию российского сегмента Сети. Перечень таких организаций приведен в табл. 2.2.

Таблица 2.2. Общественные организации в сфере Интернета

№п/п	Организация	Сайт	Функции организации
1.	Некоммерческая организация «Ассоциация производителей программного обеспечения» (BSA)	www.bsa.org/russia	Содействие развитию безопасного и легального цифрового мира: защита авторских прав и борьба с пиратством, безопасность информационного пространства, содействие развитию инноваций в области высоких технологий и др.
2.	Международный союз по защите интеллектуальной собственности (IIPA)	www.iipa.com	Защита авторского права и интеллектуальной собственности, борьба с пиратством
3.	Некоммерческая образовательная организация «Общество Интернет» (Internet Society, ISOC)	www.internetsociety.org	Развитие и обеспечение доступности сети Интернет, информационная и образовательная деятельность, спонсирование множества мероприятий по всему миру, направленных на популяризацию Интернета и освоение навыков работы в Сети широкими слоями населения
4.	Международная ассоциация веб-аналитики «Web Analytics Association Member»	www.digitalanalyticsassociation.org	Введение общепринятых стандартов, по которым можно производить измерения и анализ веб-аналитики; членство в ассоциации дает право на формирование стандартов в области отслеживания веб-данных для Интернет-рекламы
5.	Ассоциация Коммуникационных Агентств России (АКАР)	www.akarussia.ru	Работает в сфере рекламы и маркетинговых коммуникаций, включая продажи рекламных возможностей в различных медиа и Интернете
6.	Ассоциация компаний розничной электронной торговли (АКРЭТ)	akret.ru	Способствовать развитию российского рынка Интернет-торговли, увеличить долю добросовестных продавцов, улучшить отношение к отрасли в обществе, СМИ и государственных органах
7.	Ассоциация Интернет-издателей	www.webpublishers.ru	Объединение производителей и публикаторов сетевого контента, заинтересованных в свободном распространении качественной информации
8.	Ассоциация Интернет-предпринимателей	world-union.biz	Объединение всех Интернет-предпринимателей во всемирную организацию интеллектуальной взаимопомощи, создание условий и возможностей делиться знаниями и опытом, предоставление лучших инструментов и сервисов для личного использования и получения доходов
9.	Ассоциация Интернет-разработчиков	www.internet-association.ru	Поддержка участников рынка веб-разработок в России
10.	Некоммерческое партнерство Ассоциация «Электронные деньги» (АЭД)	npaed.ru	Развитие рынка электронных денег как общедоступной финансовой услуги в интересах населения, государства и участников отрасли

№п/п	Организация	Сайт	Функции организации
11.	Некоммерческое партнерство «Лига безопасного Интернета»	www.ligainternet.ru	Искоренение опасного контента путем самоорганизации профессионального сообщества, участников Интернет-рынка и рядовых пользователей
12.	Российская ассоциация электронных коммуникаций (РАЭК)	raec.ru	Формирование цивилизованного рынка электронных коммуникаций, поддержка проектов в отраслевом образовании и науке, развитие нормативно-правового поля по защите интересов участников рынка
13.	АНО «Российский НИИ Развития Общественных сетей» (РосНИИРОС)	www.ripn.net	Разработка методики и технологии развития общественных компьютерных сетей, реализующих возможности обмена информацией максимально широкого круга потребителей и поставщиков информации, включая в первую очередь государственные, образовательные и научные организации
14.	Региональная Общественная Организация «Центр Интернет-технологий» (РОЦИТ)	www.rocit.ru	Популяризация Сети как общедоступной среды коммуникации, продвижения идей безопасного использования Интернет-технологий, защита профессиональных прав и интересов сотрудников организаций Интернет отрасли
15.	Фонд содействия развитию технологий и инфраструктуры Интернет	ru.faitid.org	Поддержка сферы информационно-телекоммуникационных технологий и образовательной деятельности, реализация проектов в области развития Рунет, проведение семинаров по развитию национальной доменной зоны и др.

2.3. Статистические ресурсы

Многие компании и аналитические агентства, как российские, так и зарубежные, занимаются профессиональными исследованиями различных аспектов функционирования Интернета. Благодаря публикуемым результатам этих исследований, профессионалы Интернет-деятельности и широкая общественность может знакомиться с достижениями и тенденциями развития Интернета во всем мире и в отдельных странах, включая Россию. Перечень таких организаций приведен в табл. 2.3.

Таблица 2.3. Организации, осуществляющие исследования в сфере Интернета

№п/п	Организация	Сайт	Область исследований
1.	Международная компания «comScore»	www.comscore.com/rus	Лидер на рынке Интернет-технологий, которая измеряет поведенческую активность людей в цифровом пространстве и преобразует эти данные в аналитическую информацию и рекомендации к действию, в частности распределение трафика доступа в Интернет с мобильных устройств; популярность поисковиков, социальных сетей
2.	Компания «The Boston Consulting Group» (BCG)	www.bcg.ru	Проведение исследований в области Интернет-экономики: индекс интенсивности использования Интернет в России (BCG e-Intensity index)
3.	Компания «Gartner Group»	www.gartner.com	Проведение исследований рынков информационных технологий

№п/п	Организация	Сайт	Область исследований
4.	Портал Интернет-статистики «HotLog» фирмы «ИнфоСтарз»	hotlog.ru	Предоставляемая система статистики основывается на данных, полученных от установленных на веб-сайтах специальных счетчиков посещений. Наиболее популярные отчеты: детальная статистика по конкретным сайтам со счетчиком; общие отчеты по браузерам, поисковикам, социальным сетям и пр.
5.	Международная исследовательская фирма «IDC Russia»	www.idcrussia.ru	Ведущий поставщик информации и консультационных услуг, организатор мероприятий на рынках информационных технологий, телекоммуникаций и потребительской техники. IDC – дочернее предприятие IDG, компании, лидирующей на мировом рынке ИТ-изданий, исследований и специализированных мероприятий. В области Интернет в России проведены исследования: по облачным вычислениям; по затратам на информационные технологии и др.
6.	Аналитическое агентство «iKS-Consulting»	www.iks-consulting.ru	Исследование и анализ телекоммуникационного рынка России и стран СНГ: широкополосный доступ; телекоммуникационный рынок и др.
7	ООО «J'son & Partners Consulting»	web.json.ru	Проведение глубоких B2B и B2C исследований всех сегментов рынков телекоммуникаций, информационных технологий и медиа
8	Портал «LiveInternet.ru»	www.liveinternet.ru	Предоставление различных сервисов, охватывающих широкий круг потребностей аудитории – статистика сайтов, ведение блогов и др. Сервис статистики Интернет-ресурсов предоставляет разнообразные данные посещаемости Интернет-ресурсов: рейтинг сайтов; статистика по браузерам; статистика по провайдерам и др.
9	Компания «MASMI Russia» - дочерняя компания международной корпорации «MASMI Research Group»	www.onlinemonitor.ru	Социологические и маркетинговые исследования, проводимые методом личного и телефонного интервью, а также с помощью Интернет. Отдел Интернет-исследований MASMI регулярно осуществляет проект «Онлайн Монитор»: проникновение Интернет в России и тенденции развития; демографический портрет пользователя Интернет; отношение к е-коммерции, е-рекламе и др.
10	Международная измерительная компания «Net Applications»	www.netapplications.com	Веб-аналитика, исследования и глобальная статистика доли мирового рынка для веб-браузеров и операционных систем
11	ЗАО «Современные Интернет технологии»	www.openstat.ru	Интернет-проект статистики и веб-аналитики, предназначенный для оценки и анализа посещаемости веб-сайтов и поведения пользователей. Основывается на регистрации сайтов в системе и установке счетчиков на них. Система предоставляет рейтинг сайтов и подробную статистику по ним, а также аналитические материалы состояния Рунет: по браузерам; по мобильным устройствам и др.
12	Исследовательский холдинг «ROMIR Monitoring»	www.romir.ru	Исследовательская компания «полного цикла», предлагающая исчерпывающий комплекс исследовательских и коммуникационных услуг – от сбора базовой информации до построения аналитических моделей и консультирования, в т.ч. в области Интернет

№п/п	Организация	Сайт	Область исследований
13	Проект «StatCounter»	www.hitslink.com ru.statcounter.com/ demo/entry_ page	Инструмент для анализа мирового веб-трафика. Статистические данные используются для анализа использования различных ресурс Сети – операционных систем, браузеров и др.
14	Исследовательский центр портала «Superjob.ru»	www.superjob.ru	Проведение различных опросов пользователей портала, в т.ч. и по теме Интернет
15	Информационно-аналитическое агентство «TelecomDaily»	www.tdaily.ru	Подготовка аналитических материалов по телекоммуникациям: IP-TV и др.
16	Группа компаний «TNS Россия»	www.tns-global.ru/ rus	Осуществление полного цикла работ в области медиа-измерений, мониторинга рекламы и маркетинговых исследований. В области Интернет реализуется ежемесячный проект «TNS Web Index». Исследование охватывает население страны старше 12 лет в городах с численностью от 100 тыс. человек. Интересные отчеты: количество Интернет-пользователей; типы Интернет-соединений; цели использования электронных платежей и др.
17	Компания «WapStart»	wapstart.ru	Специализируется на мобильной рекламе; исследование мобильного Интернета
18	Аналитическая компания «Ipsos»	www.ipsos.com	Опросы по Интернет, в т.ч. по России
19	Аналитическая компания «eMarketer»	www.emarketer.com	Опросы по Интернет, в т.ч. по России
20	Компания «Башкирова и партнеры»	www.bashkirova- partners.ru	Опросы и обзоры по Интернет
21	Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ)	wciom.ru вциом.рф	Многопрофильная исследовательская компания полного цикла. Исследования охватывают все сферы социального поведения жителей России и стран СНГ, включая Интернет: количество пользователей Интернет; использование электронных книг и др.
22	Интернет-ресурс «Домены России»	statdom.ru	Представление полной статистики по развитию российского доменного пространства: сколько доменных имен зарегистрировано, когда появляются новые доменные зоны и др. Данные ежедневно поступают от «Технического Центра Интернет». Основные отчеты: домены; администраторы; провайдеры; браузеры и др.
23	Фонд «Дружественный Рунет»	www.friendlyrunet.ru	Исследования по проблеме «Дети в Интернет»
24	Редакция журнала «Книжная индустрия»	www.bookind.ru	Исследования российского Интернет-рынка торговли электронными книгами
25	«Лаборатория Касперского»	www.kaspersky.ru	Составление портрета типичного российского Интернет-пользователя, подготовка обзоров по информационным угрозам
26	Левада-центр	www.levada.ru	Социологические и маркетинговые исследования, в том числе в области Интернет
27	ООО «Рамблер Интернет Холдинг» (Rambler Media Group)	www.rambler.ru top100.rambler .ru rumetrika .rambler.ru	Включает в качестве сервисов: глобальный поиск; тематический рейтинг сайтов «Топ100»; статистика Рунет «RUметрика» и др.

№п/п	Организация	Сайт	Область исследований
28	Общероссийский общественный фонд «Общественное Мнение» (ФОМ)	fom.ru	Проект «Мир Интернет» (ФОМ-Рунет) существует с 2000 г. и посвящен комплексному изучению состояния и развития Интернет в России и различных его аспектов. Постоянно проводятся следующие исследования: Интернет в России и в регионах; рынок Интернет–торговли; мобильный Интернет в России и др.
29	Центр прикладной экономики	www.a-econom.com	По заказу электронного журнала «Госменеджмент» ежеквартально составляет рейтинг субъектов РФ по уровню внедрения электронного правительства
30	ООО «Яндекс»	www.yandex.ru www.stat.yandex.ru	Интернет-холдинг включает в качестве сервисов: глобальный поиск; статистика и др.

2.4. Интернет-мероприятия

2.4.1. События 2012 г.

Как и в любой профессиональной сфере деятельности, в Интернет-сообществе в течение года проводятся различные мероприятия, на которых обсуждаются проблемы отрасли, происходит обмен опытом, демонстрируются достижения. Перечень наиболее значимых мероприятий, состоявшихся в 2012 г., приведен в табл. 2.4.

Таблица 2.4. Календарь Интернет-мероприятий Рунета в 2012 г.

Дата проведения	Название мероприятия	Место проведения	Организатор мероприятия	Комментарии
5 апреля	Конференция «ИКТ в госсекторе 2012: электронное правительство неизбежно» (events.cnews.ru)	Москва	Агентство маркетинговых коммуникаций «CNews Conferences» и «CNews Analytics»	На смену «Электронной России» в 2011 г. пришла новая программа «Информационное общество», благодаря которой к 2020 г. Россия должна будет войти в первую десятку международного рейтинга по индексу развития информационных технологий и в ТОП-20 рейтинга по развитию электронного правительства и сетевого общества. Основные вопросы конференции: станут ли новые государственные ИТ-проекты по-настоящему социально-ориентированными; смогут ли россияне на собственном опыте прочувствовать все преимущества информатизации; готовы ли российские компании предложить государству все необходимые технологии и решения; начнет ли Россия движение вверх в международных ИТ-рейтингах.
14 мая	Третий «Российский форум по управлению Интернет» (rigf.ru)	Москва, «Экспоцентр» на Красной Пресне	Координационный центр национального домена сети Интернет	Форум по информационной безопасности Сети проводится в рамках выставки «Связь-Экспокомм-2012». Обсуждение вопросов обеспечения кибербезопасности, соблюдения авторских прав и защиты интеллектуальной собственности

Дата проведения	Название мероприятия	Место проведения	Организатор мероприятия	Комментарии
15 мая	18-я конференция-выставка «DOCFLOW 2012 Москва» (www.docflow.ru/2012)	Москва, Гостинично-деловой комплекс «Рэдиссон Славянская»	ООО «Аби»	Крупнейшее мероприятие в России и СНГ, посвященное электронному документообороту и управлению информационными ресурсами: выступления с описанием проектов внедрения СЭД; круглый стол экспертов.
7-8 июня	Бизнес-форум «Мир Мобильного Контента • MoCO 2012» (www.moco-forum.ru/2012)	Москва, Гостинично-деловой комплекс «Рэдиссон Славянская»	Компания «Exposystems»	Форум на протяжении уже 8-ми лет считается одним из ключевых событий в индустрии мобильного контента, где ежегодно происходит обмен опытом, обсуждение актуальных проблем рынка и стратегий дальнейшего развития. Ключевые темы: тенденции российского и мировых рынков мобильного контента; стратегии ключевых игроков; игры и развлекательные приложения; мобильная коммерция; мультимедийный контент.
26 июня	Конференция «Облачные технологии и перспективы их развития в России» (clouds.expo-elecom.ru)	Москва, гостиница «Националь»	ЗАО «Экспо-Телеком»	Цель конференции – обсудить возможности «Облачных технологий» для повышения эффективности ведения бизнеса, снижение расходов и увеличения спроса на ИТ-продукты
27-28 сентября	4-я ежегодная конференция «Сайт-2012» (siteconf.ru)	Москва, Центр «Digital October»	Компания «Ашманов и партнеры», РАЭК, «NetCat», «1С Битрикс»	Крупнейшая площадка для общения заказчиков сайтов и разработчиков. Участники обсудят актуальные вопросы рынка веб-разработок, работы в социальных медиа, Интернет-маркетинга и рекламы. Основная задача – помочь заказчикам во взаимоотношениях с веб-студиями, а также провести обучающих семинаров по созданию и развитию Интернет-проектов
11-12 октября	Конференция по интерактивному маркетингу «Digital Marketing Conference 2012» (digitalconference.ru)	Москва, Международный мультимедийный пресс-центр РИА «Новости»	Агентство «Grape» и РИА «Новости»	Задача конференции – поделиться знаниями и вдохновить. Первый день посвящен докладам и открытым дискуссиям, второй - мастер-классам
11-12 октября	8-я Конференция «Электронная торговля – 2012» (conf.oborot.ru)	Москва, Гостинично-деловой комплекс «Рэдиссон Славянская»	Компания «Oborot.ru»	Крупнейшая в России и странах СНГ профессиональная конференция по электронной коммерции, онлайн-продажам и многоканальной торговле. На конференции запланированы более 90 выступлений. Темы: инновации и ноу-хау во всех процессах работы электронного магазина, интеграции с другими каналами продаж и др.

Дата проведения	Название мероприятия	Место проведения	Организатор мероприятия	Комментарии
13 октября	Конференция о веб-разработке DEV {web} (it-portfolio.net/dev.html)	Санкт-Петербург, Гостиница «Holiday Inn.»	Компания «IT-Portfolio»	Профессиональная конференция о том, что важно знать веб-разработчику сложных высоконагруженных проектов. Панельная дискуссия о преимуществах и недостатках различных архитектур и технологий в высоконагруженных проектах.
17-19 октября	Пятая ежегодная Неделя Российского Интернета (Russian Internet Week, RIW-2012) (2012. russianinternetweek.ru)	Москва, ЦВК «Экспоцентр» на Красной Пресне, павильон №3	РАЭК	RIW-2012 объединяет в себе сразу несколько направлений и форматов, интересных как профильным Интернет-специалистам, так и широким группам конечных Интернет-пользователей. RIW-2012 – это: ✓ многопоточная трехдневная конференция (более 100 мероприятий) ✓ выставка «ИНТЕРНЕТ-2012» ✓ конференция, посвящённая стартапам ✓ экспозиция журнала «Интернет в цифрах» ✓ премия «Золотой Сайт 2012» (церемония награждения победителей) ✓ премия «Облака» (достижения в области развития и популяризации SaaS-технологий в России) ✓ премия «Золотой подкаст 2012» (награждение лучших в русскоязычном подкастинге)
18 октября	Техническая конференция «Виртуальная Россия 2012» (vtrussia.ru)	Москва, Центр Международной Торговли	Компания «Vmware»	Центральной частью мероприятия являлась тестовая лаборатория, где в облаке развернуты рабочие места. На конкретных примерах демонстрируются возможности облачных технологий
19 октября	Десятая конференция «Осенний документооборот – 2012» www.eos.ru	Москва, Гостиница «Холидей Инн Москва Сокольники»	Компания «Электронные Офисные Системы»	Конференция посвящена проблемам электронного документооборота, как инструмента оказания государственных услуг, взаимодействию с инфраструктурой электронного правительства, межведомственному электронному документообороту. Форум состоит из пленарного заседания и двух секций: Секция №1 – государственные услуги, решения на национальной облачной платформе, мобильные решения и решения для руководителей; Секция №2 – мастер-классы и кейсы по практическим, прикладным аспектам использования решений ЭОС преимущественно для коммерческих организаций

Дата проведения	Название мероприятия	Место проведения	Организатор мероприятия	Комментарии
30 октября – 2 ноября	XXIII Ежегодная выставка информационных и коммуникационных технологий (www.softool.ru)	Москва, ВВЦ, павильон 69	ООО «ИТ-экспо»	Тематика выставки включает все направления развития ИТ: информационная безопасность, электронное государство, электронный документооборот, технологии Интернет и пр. Традиционно Softool представляет расширенные экспозиции: технологии информационного общества; САПР'экспо; WEB-технологии; конкурс «Softool: Продукт года»
8 ноября	Конференция «CNews FORUM 2012» (forum.cnews.ru)	Москва, Гостинично-деловой комплекс «Рэдиссон Славянская»	Агентство маркетинговых коммуникаций «CNews Conferences»	Основная задача форума – рассказать об изменениях в тенденциях развития ИКТ в России, определить новые векторы и самые перспективные направления для отрасли на ближайшие годы. В рамках деловой программы запланированы семинары для участников. Интересная особенность форума: выбор всеми участниками, присутствующими в зале, наиболее вероятных сценариев из предложенных аналитиками прямым электронным голосованием
15 ноября	Форум «World-HostingDays в Москве» (www.worldhostingdays.com/ru)	Москва, Отель «Ararat Park Hyatt»	Национальный регистратор доменов «RU-CENTER»	WHD – серия международных мероприятий для профессионалов рынка хостинга. Главный форум ежегодно проводится в Германии. Основные темы: ключевые тенденции мирового рынка услуг хостинга; новейшие технологические решения для хостинг-провайдеров от мировых лидеров рынка
4 декабря	Конференция «Как выиграть на рынке SaaS?» (events.cnews.ru)	Москва	Агентство маркетинговых коммуникаций «CNews Conferences» и «CNews Analytics»	Мероприятие посвящено растущему рынку SaaS. Предмет обсуждения: на чем делать акцент провайдерам SaaS, кому адресовать маркетинговое предложение, на какой бизнес ориентироваться
6-7 декабря	V Форум «Online Retail 2012» (www.b2bcg.ru/ru/business-forums)	Москва, Пресс-центр «РИА Новости»	Компания «B2B Conference Group»	30 конференций и семинаров форума посвящены проблемам мультиканальной (гибридной) торговли. Участники онлайн- и офлайн-торговли обсуждают актуальные вопросы индустрии: таргетированные стратегии, монетизация Интернет-проектов, мультиканальный ритейл и др.
6-7 декабря	6-й Телекоммуникационный форум «Интерком-2012» (www.intercomforum.ru)	Санкт-Петербург	ICF–Международные конференции	В рамках форума проводятся три важных для телекоммуникационной отрасли события: конференция «Интерком-2012», интерактивная онлайн-конференция топ-менеджеров телекоммуникационных компаний и вручение Первой региональной премии в области телекоммуникаций «Интерком-2012».

Дата проведения	Название мероприятия	Место проведения	Организатор мероприятия	Комментарии
7 декабря	Конференция «Internet Life» (likeinternet.ru)	Москва	Центр профессионального роста «CareerLab»	Конференция охватывает широкий спектр тем: мобильный маркетинг, исследования в социальных медиа, нестандартные маркетинговые инструменты, успешные стартапы, e-коммерция, онлайн-СМИ и др.
11 декабря	Конференция «Видеоконференцсвязь 2012: рынок ждет крупных внедрений» (events.cnews.ru)	Москва	Агентство маркетинговых коммуникаций «CNews Conferences» и «CNews Analytics»	На конференции рассматриваются проблемы: ✓ Нужна ли России ВКС ✓ ВКС в здравоохранении – необходимость или роскошь ✓ Кто обеспечит безопасность данных ✓ Приживется ли в России модель ВКС по SaaS и др.

2.4.2. События 2013 г.

2013 год обещает быть насыщенным не менее важными событиями для специалистов Интернет-рынка. В табл. 2.5 приведены Интернет-мероприятия первой половины года.

Таблица 2.5. Календарь Интернет-мероприятий Рунета в 2013 г.

Дата проведения	Название мероприятия	Место проведения	Организатор мероприятия	Комментарии
29-31 января	15-я Международная выставка и форум CSTB'2013 (www.cstb.ru)	Москва, «Крокус Экспо»	МИДЭКСПО	Форум – ключевое профессиональное медийное событие года, которое охватывает все актуальные форматы и направления телевизионных и телекоммуникационных технологий: цифровое кабельное, спутниковое и эфирное ТВ; IPTV, OTT, мобильное ТВ, HDTV, 3DTV.
29 января – 5 февраля	Неделя Безопасного Рунета 2013 (2013.safetyweek.ru)	Москва, Владимир и др. города	Центр безопасного Интернета в России	Мероприятие посвящено проблеме безопасного использования Интернет и мобильных технологий. Неделя представляет собой группу мероприятий, объединенных общей тематикой: формирование безопасной среды для детей и взрослых, создание культуры ответственного, этичного и безопасного использования «новых технологий».
7 февраля	Форум Безопасного Интернета - ФБИ 2013 (2013.safetyforum.ru)	Москва, Медиацентр «РИА Новости»	Лига Безопасного Интернета	Главная ежегодная отраслевая конференция, посвященная проблемам безопасности детей и взрослых в Интернет: международный опыт по обеспечению безопасности в Сети; корпоративная безопасность (борьба с фишингом, вирусами, и пр.); юридические аспекты безопасности в Сети; защита несовершеннолетних пользователей и др. аспекты безопасности

Дата проведения	Название мероприятия	Место проведения	Организатор мероприятия	Комментарии
19-20 февраля	2-й ежегодный форум «Развитие инфокоммуникаций в России в условиях перехода к информационному обществу» (www.expo-telecom.ru/infocom/2013/)	Москва, «Гипросвязь»	ОАО «Гипросвязь», ЗАО «Экспо-Телеком»	На форуме обсуждаются стратегические и практические вопросы повышения эффективности и доходности отрасли, возрождения отраслевой науки и образования, подъема отечественного производителя на современный высокотехнологический уровень: тенденции развития инфокоммуникаций в России; государственные и муниципальные услуги в электронном виде; защита персональных данных при оказании электронных услуг; подготовка специалистов для инфокоммуникаций и др. вопросы отраслевого развития
5-6 марта	Ежегодная конференция «i-COMference» (www.2013.i-comference.ru)	Москва, «Digital October»	Редакция Интернет-журнала «theRunet.com»	Конференция посвящена социальным и мобильным коммуникациям в современных цифровых платформах: медиапотребление аудитории Рунет, эффективность мобильной рекламы, тенденции развивающегося рынка видеорекламы и пр.
14 марта	Конференция «ИКТ в госсекторе» (events.cnews.ru/events/ikt_v_gossektore.shtml)	Москва	«CNews Conferences», «CNews Analytics»	Тематика конференции – широкий круг проблем использования информационно-коммуникативных технологий в госсекторе: переход на электронные госуслуги, электронный документооборот в муниципалитетах, готовность граждан к электронному общению с государством и др.
19 марта	Конференция «Облачные технологии: в ожидании роста» (events.cnews.ru/events/oblachnye_tehnologii_v_ojidanii_rosta.shtml)	Москва	«CNews Conferences», «CNews Analytics»	Новые технологии порождают новые проблемы и вопросы для обсуждения: когда выгодно обратиться к публичным «облакам»; когда эффективнее решить бизнес-задачи с помощью корпоративного «облака»; как выбрать «облачного» провайдера; какие требования выдвигает «облачная» инфраструктура
19-20 марта	XII Международный Call Center World Forum (ccwf.ru/2013)	Москва, Гостинично-деловой комплекс «Рэдиссон Славянская»	ЗАО «Тринити Ивентс»	Конференция посвящена современным тенденциям развития рынка и технологий контактных центров. Можно ознакомиться с успешной практикой ведущих контактных центров и новыми стратегиями обслуживания клиентов, обменяться опытом с коллегами и наладить новые деловые контакты

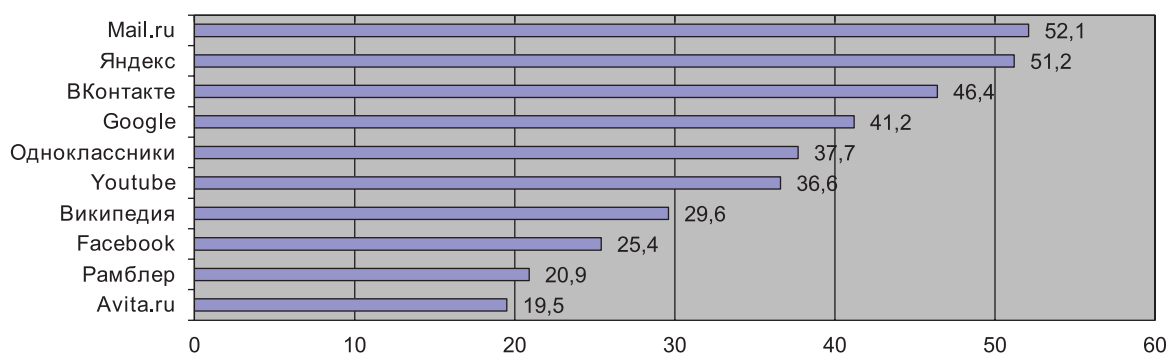
Дата проведения	Название мероприятия	Место проведения	Организатор мероприятия	Комментарии
21-22 марта	Девятая конференция «eTarget-2013» (www.etarget.ru)	Москва, «Digital October»	«Ашманов и партнеры»	Конференция посвящена вопросам Интернет-маркетинга и управления аудиторией в Интернет: как правильно спланировать рекламную кампанию, есть ли деньги в мобильном сегменте рынка, как не проспать вброс негатива конкурентами и др. Во время мероприятия проводится специализированная выставка «Интернет-реклама 2013»
17-19 апреля	17-й Российский Интернет Форум «РИФ+КИБ 2013» (2013. russianinternetforum.ru)	Московская область, Одинцовский р-он, пансионат «Поляны»	РАЭК	Крупнейшее весеннее мероприятие Интернет-отрасли состоит из конференции, выставки и различных внепрограммных активностей. В программе около 100 секций и круглых столов по темам использования Интернет
22 мая	19-я конференция-выставка «DOCFLOW 2013 Москва» (www.docflow.ru/2013)	Москва, Гостинично-деловой комплекс «Рэдиссон Славянская»	ООО «Аби»	Крупнейшее мероприятие в России и СНГ, посвященное электронному документообороту и управлению информационными ресурсами: ✓ Выступления с описанием проектов внедрения СЭД ✓ Круглый стол экспертов
22-23 мая	2-я выставка ecommerce-технологий «ECOM Expo» (expo.oborot.ru)	Москва, ВВЦ, павильон 55	Компания «Oborot.ru»	Выставка посвящена технологиям для повышения эффективности работы Интернет-магазинов

3. Базовые и вспомогательные сервисы

3.1. Электронная почта

В Рунете работает большое количество популярных сервисов, рассчитанных на массового пользователя: электронная почта, счетчики и рейтинги, каталоги, социальные коммуникации и прочие. Высокий уровень их посещаемости демонстрирует рис. 3.1.

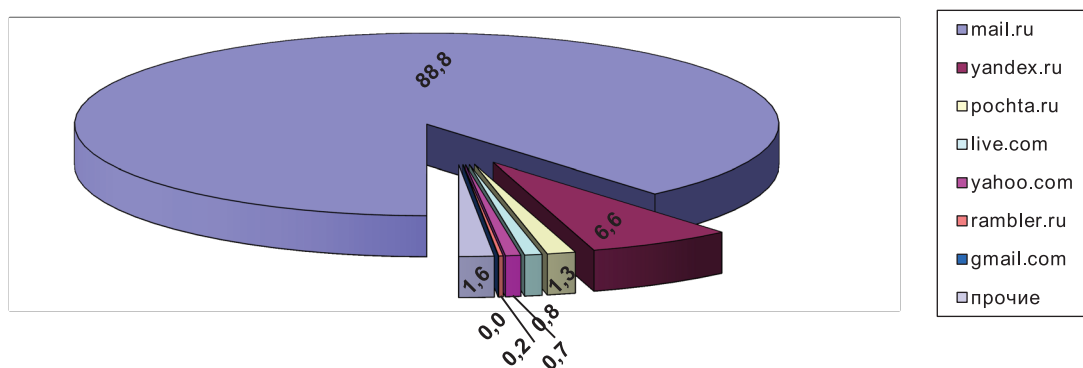
Рисунок 3.1. Месячная аудитория популярных порталов Рунета, млн чел. (декабрь 2012 г.)



Источник: TNS Web Index

Без электронной почты по-прежнему никто обойтись не может. Популярность почтовых серверов косвенно можно проследить по количеству переходов из их web-интерфейсов на различные сайты. Такие данные представлены на рис. 3.2. По сравнению с 2011 г. существенных изменений только два: на 2% поднялся «Яндекс» и на 4,5% опустился «Рамблер». Абсолютный лидер почтовых сервисов «Mail.ru» сохранил свои позиции практически без изменений; за месяц количество переходов из данного почтового сервиса на другие сайты превышает 180 млн.

Рисунок 3.2. Популярность в Рунет почтовых серверов по количеству переходов, % (декабрь 2012 г.)



Источник: LiveInternet

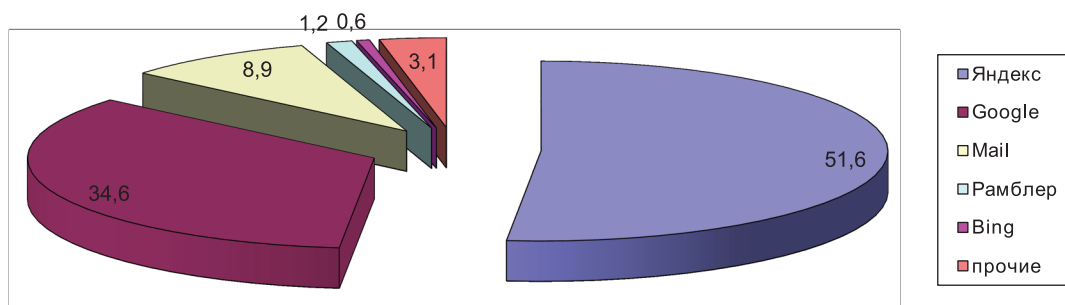
Российские почтовые сервисы в 2012 г. развивались динамично – рынок вырос более, чем на 20% и стал крупнейшим в Европе. По данным «ComScore», в июне 2012 г. по сравнению с июнем 2011 г. «Mail.ru» вырос на 22% (42,7 млн пользователей в месяц), а «Яндекс.Почта» – на 37% (25,1 млн пользователей в месяц). По клиентам почтовых сервисов Россия в Европе стала первой с месячной аудиторией 40,9 млн уникальных пользователей (прибавка 21% за год), но по проникновению электронной почты Россия на седьмой позиции с долей 69,6% от общей Интернет-аудитории.

Почтовый лидер показывает в 2012 г. и хорошие финансовые результаты. Чистая прибыль всего портала «Mail.Ru Group Limited» по Международным стандартам финансовой отчетности за первое полугодие 2012 г. выросла на 66% по сравнению с аналогичным периодом 2011 г. (с 2,4 млрд до 4 млрд рублей) при полугодовой выручке в 9,7 млрд рублей. Основные источники дохода: пользовательские платежи за социальные сервисы, контекстная реклама, игры. Для привлечения зарубежных пользователей «Mail.ru» планирует перевести свой почтовый сервис на английский.

3.2. Поисковые сервисы

Среди поисковых сервисов выделяется своя небольшая группа лидеров (рис. 3.3). Никаких качественных изменений за год не произошло. «Яндекс» и «Google» обеспечивают за месяц около 6 млрд переходов.

Рисунок 3.3. Популярность в Рунет поисковых серверов по количеству переходов, % (декабрь 2012 г.)



Источник: LiveInternet

Поисковый лидер «Яндекс» объявил финансовые показатели за три квартала 2012 г.: чистая прибыль составила 2,3 млрд рублей, что на треть больше аналогичного периода 2011 г. Наибольшие доходы «Яндексу» принесла контекстная реклама – 90% выручки; медийная и баннерная реклама дали 8% выручки. «Яндекс» развивается и представил новую поисковую платформу «Калининград», которая позволяет учитывать личные предпочтения пользователей; эксперты считают, что это улучшает поисковую оптимизацию – теперь больше трафика будут получать ресурсы с лучшим контентом.

Выпуск новой операционной системы «Windows 8» простимулировал к действию и поисковые порталы. Компания «Google» выпустила специальную версию под ОС «Windows 8», которая способна считывать информацию с дисплея, что важно для планшетов. «Яндекс» выпустил первые два приложения для ОС «Windows 8» – «Яндекс.Карты» и «Яндекс.Диск», предназначенные для планшетов и для компьютеров, работающих под «Windows 8». Дизайн приложений соответствует стилю новой платформы – элементы в форме плитки, крупные яркие значки. Приложения функционально вписываются в новую платформу: «Яндекс.Диск» дает доступ к файлам в любой точке мира, где есть Интернет; «Яндекс.Карты» позволяют искать адреса и организации и следить за ситуацией на дорогах города, при этом поиск можно вести через стандартный поиск «Windows 8».

3.3. Счетчики и рейтинги

Интернет-статистика относится к важным сервисам. Статистика о работе сайтов чаще всего собирается и обрабатывается на основе специальных счетчиков, устанавливаемых на сайтах. Сегодня в Рунете функционирует несколько популярных регистраторов:

- «Яндекс.Метрика» (*metrika.yandex.ru*);
- «Rambler's Top100» (*top100.rambler.ru*);
- «Рейтинг@Mail.Ru» (*top.mail.ru/rating*);
- «LiveInternet» (*www.liveinternet.ru/stat/ru*);
- «HotLog» (*hotlog.ru*);
- «Openstat» (*www.openstat.ru*);
- «Google Analytics» (*www.Google.com/analytics*).

Статистика позволяет получать сведения как по конкретному зарегистрированному сайту, так и обобщенную по Интернету. Это стимулирует владельцев сайтов ставить на свои страницы счетчики одного или даже нескольких регистраторов. Так, в системе «Рамблер» присутствует более 180 тысяч ресурсов, а в системе «HotLog» зарегистрировано более 500 тысяч сайтов.

Посещаемость страниц с рейтингами и статистикой отражена в табл. 3.1.

Таблица 3.1. Месячная аудитория страниц рейтингов и статистики, тыс. чел. (декабрь 2012 г.)

Регистратор	Россия	Москва	Санкт-Петербург	Екатеринбург
Яндекс / Каталог	3137	632	233	60
Rambler / Top100	1051	249	—	—
Mail / Рейтинг	261	—	—	—
Mail / Каталог	259	—	—	—
LiveInternet / Статистика	400	—	—	—

Источник: TNS Web Index

3.4. Безопасность

Информационная безопасность еще недавно сводилась к борьбе со спамом и вирусами. Сегодня угрозы намного разнообразнее и серьезнее. Это:

- вирусы;
- фишинг;

- спам;
- мошеннические программы;
- хакерские атаки;
- воровство информации;
- ненужная информация для детской аудитории и др.

Компания «Лаборатория Касперского» (www.kaspersky.ru) определила, с какими угрозами в 2012 г. чаще всего сталкивались российские пользователи. Согласно данным, полученным с помощью облачной системы мониторинга угроз «Kaspersky Security Network», 59% пользователей Рунет хотя бы раз подвергались угрозе заражения при посещении веб-сайтов. Много проблем создают программы-блокиеры, которые получили наибольшее распространение именно в Рунет. Они блокируют работу компьютера и выводят на экран монитора сообщение с требованием оплатить разблокировку через SMS-сообщение на указанный номер или положить на него определенную сумму денег. Те, кто поддался на этот шантаж, никакой разблокировки не получают. Распространенный способ мошенничества – предложения каких-либо популярных услуг (например, скачать информационные базы) с оплатой через SMS-сообщение на короткий номер. При этом с мобильного счета жертвы списываются деньги, а услуга не предоставляется. В 2012 г. более 11 млн пользователей пострадали от таких атак.

Развитие онлайн-банкинга вызвало повышенный интерес к нему со стороны киберпреступников. Ежедневно на компьютерах российских пользователей защитные решения «Лаборатории Касперского» блокируют около 4 тысяч банковских троянцев, нацеленных на кражу финансовых данных. Бурный рост в 2012 г. показали мобильные угрозы, увеличившись почти в 6 раз по сравнению с предыдущими семью годами; 99% из них создаются под Android, как самое популярное устройство. Большое распространение получили SMS-троянцы – 8 из 10 мобильных зловредов, встречающихся на устройствах российских пользователей, относятся именно к этому виду вредоносных программ.

Согласно данным «Лаборатории Касперского», объем спама в почте россиян в 2012 г. снизился до 72%; доля писем с вредоносными вложениями составила 3,4%. В рейтинге государств – распространителей спама Россия заняла 8 место с долей в 2%. Лидер данного рейтинга – Китай (примерно треть всего мирового спама). Составлен и рейтинг стран по количеству вредоносных хостингов; первая десятка стран: Россия, США, Нидерланды, Германия, Франция, Великобритания, Украина, Китай, Великобритания, Вьетнам – на них приходится 86% вредоносных веб-ресурсов. Аналитики «Лаборатории Касперского» считают, что странами с наименьшим риском заразить компьютер через Интернет являются: Япония (вероятность заражения 13,6%), Дания (17,7%), Тайвань (15,4%); Россия ближе к концу данного списка. Среди российских городов в 2012 г. самым вирусоопасным оказался Калининград – на одного Интернет-пользователя этого города пришлось в среднем 20 вредоносных Интернет-объектов.

Свой обзор вирусной активности в 2012 г. представила другая известная антивирусная российская компания «Доктор Веб» (www.drweb.com). Специалисты назвали самым ярким событием года в сфере информационной безопасности появление троянской программы «Backdoor.Flashback.39» для Apple-совместимых компьютеров – уже в первые сутки количество зараженных «маков» превысило 600 тысяч. Для ПК на базе «Microsoft Windows» самым массовым оказался файловый вирус «Win32.Rmnet.12», который за истекшие 12 месяцев побил все рекорды, образовав бот-сеть, состоящую из 6,5 млн инфицированных узлов. Тенденцией 2012 г. стало существенное увеличение числа троянских программ-шпионов для ОС «Android».

Компания «NSS Labs» (www.nssllabs.com), работающая в сфере информационной безопасности, протестировала в 2012 г. самые популярные браузеры на вирусную безопасность. Было установлено, что «Microsoft Internet Explorer» обладает более эффективной защитой от вредоносного программного обеспечения по сравнению с другими браузерами («Google Chrome», «Mozilla Firefox», «Apple Safari») – «IE 9» смог заблокировать 94% вредоносных ссылок и 96,6% активности мошеннических рекламных механизмов.

Для грядущего 2013 г. определена тройка главных информационных рисков. Это следует из четвертого ежегодного опроса «State of Endpoint Risk», проведенного «Ponemon Institute» (www.ponemon.org) по заказу «Lumension» (www.lumension.com). На первое место поставлена проблема широкого распространения использования личных мобильных устройств (смартфоны, планшеты и пр.), слабо защищенных от вредоносных программ (29% опрошенных сообщили, что у них защита отсутствует полностью). На второе место респонденты поставили уязвимость приложения сторонних разработчиков для мобильных устройств. Третье место досталось классу изоощренных постоянных угроз – свыше 36% участников опроса назвали АРТ-атаки очень серьезной проблемой для их сред; только 12% респондентов считают эффективными современные системы защиты от вирусов.

Российское государство также озабочено проблемами информационной безопасности. Сейчас действует утвержденная в 2009 г. указом Президента РФ «Стратегия национальной безопасности РФ до 2020 г.», в которой упоминаются и информационные технологии. Специальная комиссия на площадке Совета Федерации приступила к разработке стратегии кибербезопасности России при участии регуляторов и ИБ-компаний. Участники комиссии готовят перечень угроз, которые на их взгляд должны попасть в итоговый документ.

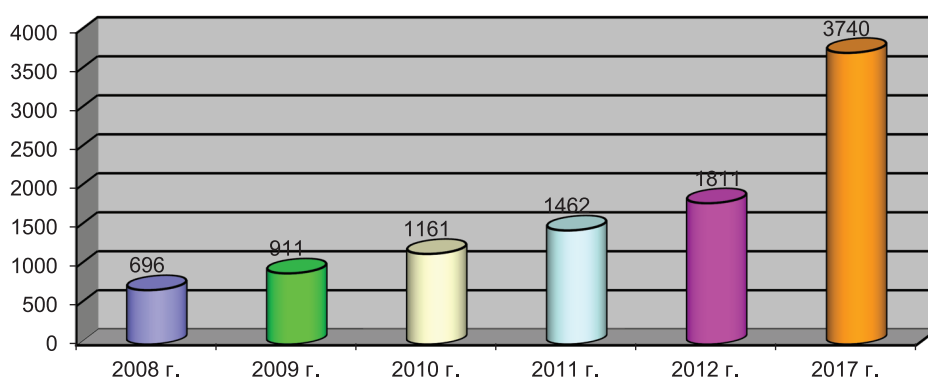
3.5. Электронные платежные системы

Оборот рынка электронных платежных систем (ЭПС) в России в 2012 г. оценен специалистами компании «J'son & Partners Consulting» в 1811 млрд рублей, что на 24% больше данного показателя за 2011 год. Фактический оборот рынка ЭПС за 2008-2012 гг. и прогноз на 2017 г. представлен на рис. 3.4.

В «J&P» используют такую классификацию ЭПС:

- терминалы (банковские и платежные);
- дистанционные финансовые сервисы (мобильный банкинг, SMS-банкинг, мобильные операторские платежи, Интернет-банкинг, небанковские немобильные сервисы – электронные деньги).

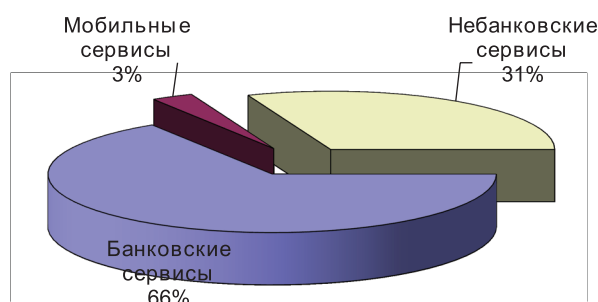
Рисунок 3.4. Оборот рынка электронных платежных систем, млрд руб.



Источник: J'son & Partners Consulting

Оборот дистанционных финансовых сервисов в 2012 г. составил 896 млрд рублей (49% от всего оборота электронных платежей), но к 2017 г. дистанционные финансовые сервисы увеличат свою долю в ЭПС до 70%, а общий объем платежей через них превысит 2,6 трлн. рублей. Структура рынка дистанционных финансовых сервисов представлена на рис. 3.5. Небанковские сервисы (электронные деньги) показали самый быстрый рост по сравнению с 2011 г. – 72% и составили 281 млрд рублей. Этот сегмент является наиболее консолидированным: совокупная доля «Visa QIWI Wallet», «Web Money» и «Яндекс.Деньги» составляет примерно 90% от оборота электронных денег.

**Рисунок 3.5. Структура рынка дистанционных финансовых сервисов, %
(декабрь 2012 г.)**



Источник: J'son & Partners Consulting

Свое исследование провело Национальное агентство финансовых исследований (НАФИ, *nacfin.ru*). Электронные деньги используют только 10% россиян (в 2011 г. были те же 10%). Электронные деньги по четырем позициям проигрывают пластиковым картам: удобство использования (15% против 48%), защищенность от мошенников (12% против 47%), сохранность персональных данных (11% против 49%), размер комиссии (11% против 47%).

В то же время компания «Frost & Sullivan» (www.frost.com) провела общеевропейское исследование рынка NFC-платежей (Near Field Communication – технология беспроводной высокочастотной связи малого радиуса действия, которая дает возможность обмена данными между устройствами, находящимися на расстоянии около 10 см) и считает, что в 2013 г. Европу ждет резкий рост популярности таких платежей. В России решающим фактором развития данного рынка станет распространение Интернет и рост онлайн-продаж – в среднем в 2011-2018 гг. ежегодный прирост составит 6,4%, в то время как онлайн-продажи будут увеличиваться на 10,6%.

Электронные деньги сегодня выглядят вполне серьезно и финансово привлекательно. Так, например, «Яндекс.Деньги» за три квартала 2012 г. заработали 374 млн рублей. В этой платежной системе зарегистрировано более 12 млн счетов и каждый день открывается более 9 тыс. новых. Ежедневно проводится около 120 тыс. операций. На 30 сентября 2012 г. активы «Яндекс.Деньги» оценивались в 1,7 млрд рублей. Месячная аудитория страниц «Яндекс.Деньги», по данным «TNS Web Index», в декабре 2012 г. составила: по городам России – 2534 тыс. человек, по Москве – 506 тыс. человек, по Санкт-Петербургу – 192 тыс. человек, по Екатеринбургу – 53 тыс. человек.

На это не могли не обратить внимание крупные банки. В результате сервис «Яндекс.Деньги» приобрел Сбербанк, которому отошел пакет в 75% минус одна акция. Сумма сделки составила около \$60 млн, а ее завершение планируется до марта 2013 г. При этом, ни юридического, ни продуктового перевода клиентов «Яндекс.Деньги» в Сбербанк не планируется.

На ЭПС обращает внимание и правительство. Глава Минкомсвязи России Н. А. Никифоров предложил принять меры для развития электронных платежей в России: законодательно обеспечить прием электронных платежей; разработать национальные технические стандарты для взаимодействия устройств, через которые осуществляются такие платежи; стимулировать внедрение технологий NFC.

3.6. Интернет-конкурсы

Как и в любом виде профессиональной деятельности, в Интернет-сообществе существуют конкурсы и премии, призванные выявить лучших и привлечь внимание к достижениям отрасли в целом. Рассказать в кратком обзоре обо всех Интернет-конкурсах, проводимых в России, невозможно, поэтому ограничимся наиболее, с нашей точки зрения, значимыми, лауреаты которых были названы в 2012 г.

Появление того или иного конкурса неслучайно и обуславливается тенденциями развития отрасли.

2012 год ознаменовался Первой ежегодной премией «Облака» – наградой, отмечающей достижения в области развития и популяризации SaaS-технологий в России. Организаторами конкурса стали Российская Ассоциация электронных коммуникаций (РАЭК, raec.ru) и ЗАО «Деловая среда» (dasreda.ru). Победители премии «Облака-2012» были определены посредством экспертного и народного голосования в шести номинациях: «Облака для бизнеса» – за разработку и развитие лучших решений, реализуемых в сфере b2b; «Облака для пользователей» – за простоту, удобство и наиболее комфортное существование в «облаке» конкретного пользователя; «Облака для государства» – за реализацию лучшего решения на государственном уровне; «Облака и наука» – за научные работы, изыскания и исследования компаний, вносящий значительный вклад в область облачных технологий; «Мобильное облако» – лучшие разработки и наиболее оригинальные решения в области мобильных приложений; «Облачный стартап года» – команда/проект/компания, наиболее ярко проявившие себя в области SaaS-решений в 2012 г. Подробно с лауреатами премии можно ознакомиться на сайте премии 2012.cloudaward.ru. Кроме того, оргкомитетом премии «Облака 2012», ее спонсорами и партнерами учреждена специальная номинация «Гран-при», победителями в которой стали оргкомитет «Сочи 2014» (www.sochi2014.com) и компания «Софт Клауд» (softcloud.ru), ведущий облачный провайдер РФ, предоставляющий услуги для корпоративного сектора.

Премия «Золотой подкаст 2012 – лучшие голоса и лица Рунета» проводилась во второй раз. Она организована Центром информационных технологий «TimeofNewz.ru» при поддержке РАЭК. Премия призвана наградить лучших из лучших в русскоязычном подкастинге. В 2012 г. в нее включены не только аудио-, но и видеоформаты. В каждом из этих направлений обозначено по четыре номинации: «Лучший аудио-проект/видео-проект», «Лучший IT-подкаст/IT-видеокаст», «Лучшее подкаст-шоу/видеошоу», «Лучший сольный подкаст/видеоблог». Также премия вручается в двух специальных, независимых номинациях: «Золотой подкаст» и «Открытие года». Победители определяются на основе голосования пользователей и членов экспертного совета. В 2012 г. «Золотым подкастом» признан видеокаст «Крутотенечка» (игровые видеонюжеты без цензуры), за который было отдано наибольшее количество пользовательских голосов – порядка 15 тысяч. В прошлом году в этой номинации победил подкаст «Радио-Т» – еженедельное русскоязычное Hi-Tech шоу. Подробнее о лауреатах на сайте goldpodcast.ru.

В 4-й раз состоялись в 2012 г. церемонии награждения трех ежегодных российских конкурсов: «Лучшие 10 IT-проектов для госсектора», «Позитивный контент» и «Блог Рунета».

На конкурс «Лучшие 10 IT-проектов для госсектора 2012» поступило около 350 заявок. В этом году акцент был сделан на внедрение системы электронного межведомственного взаимодействия (СЭМВ). Отбор лучших проектов проходил на основе полностью независимого тестирования госуслуг, проведенного организаторами конкурса ComNews и Центром ИТ-экспертизы Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте России. Главными критериями отбора, которым следовали эксперты, стали факт предоставления конкретной услуги в электронном виде, число межведомственных документов, реально передаваемых через СЭМВ, и значимость сервиса для граждан и бизнеса. Десять услуг-победителей выбраны из шорт-листа, в который вошло 40 электронных услуг 33 министерств и ведомств, по результатам подробного изучения реальной практики предоставления услуг на местах. Определены лауреаты в номинациях «Лучшая государственная услуга, предоставляемая гражданам с использованием СЭМВ» и «Лучшая государственная услуга, предоставляемая бизнесу с использованием СЭМВ» (по четыре услуги в каждой), «Лучшее информирование граждан о порядке получения государственной услуги с элементами межведомственного взаимодействия», «Лучшее информирование бизнеса о порядке получения государственной услуги с элементами межведомственного взаимодействия». Кстати, среди победителей вновь оказались Пенсионный фонд РФ, Министерство внутренних дел РФ и Федеральная миграционная служба, услуги которых признавались лучшими и в прошлом году. Два последних ведомства стали лауреатами также в номинациях «Лучший поставщик сведений по каналам межведомственного взаимодействия» и «Лучший потребитель сведений по каналам межведомственного взаимодействия» соответственно. Подробнее о конкурсе на сайте www.itawards.ru.

Российский конкурс на лучший Интернет-ресурс для детей, подростков и молодежи «Позитивный контент» за четыре года своего существования превратился в целое движение, сообщество позитивных, молодых и креативных людей; стал площадкой, где можно заявить о себе, и

виртуальной «библиотекой» самых лучших сайтов для детей, подростков и молодежи. В оргкомитет «Позитивного контента 2012» поступили 799 заявок, из которых были одобрены и допущены к участию всего 222 сайта. Кроме жесткого отбора, другой особенностью конкурса этого года стала многоступенчатая система выбора лауреатов. Один из самых интересных и показательных этапов – судейство Молодежного жюри, в которое вошли старшеклассники и студенты из разных городов России. Еще одна особенность 4-го «Позитивного» — региональные номинации, учредителями которых стали профильные региональные министерства и департаменты. Победители этих номинаций награждались непосредственно в своих городах их учредителями. И главное, лауреаты и финалисты всех четырех конкурсов «Позитивный контент» в этом году вошли в так называемые «белые списки сайтов» Лиги Безопасного Интернета – своеобразного сертификата качества сайтов. Подробнее с лауреатами конкурса можно ознакомиться на сайте www.positivecontent.ru.

Премия «Блог Рунета» – ежегодное мероприятие, в котором принимают участие лучшие российские блоги и блоггеры. Премия родилась как отражение современного социального явления – блоггерства, объединяющего людей, которые не только высказывают собственное мнение и занимают активную гражданскую позицию, но и пытаются делать конкретные результативные дела. В этом году к участию в конкурсе, помимо блогов и микроблогов, допускались проекты в социальных медиа. Организаторами конкурса являются компания «Internet Media Holding» (www.internetmediaholding.com) при поддержке РАЭК, соцсеть «ВКонтакте» и медиа-агентство «Легенда» (medialegenda.ru). В оргкомитет поступило более 500 заявок, а в народном голосовании приняли участие свыше 400 тысяч пользователей «ВКонтакте», которые и определили лауреатов этой премии в номинациях: «СМИ как блоги», «Деловые и профессиональные СМИ», «Медиа блоги», «Политика», «События», «Образование» и «Лайф Стайл» (блог о стиле жизни). Гран-при премии «Блог Рунета 2012» получили страница РИА Новости в Facebook как самая популярная медиаплатформа и компания «Ростелеком» за развитие блогосферы в регионах. Подробности о конкурсе на сайте 2012.blogruneta.ru.

Главным событием российской Интернет-отрасли, безусловно, является «Премия Рунета» – общенациональная награда в области высоких технологий и Интернета, поощряющая выдающиеся заслуги компаний-лидеров в области информационных технологий и электронных коммуникаций, государственных и общественных организаций, бизнес-структур, а также отдельных деятелей, внесших значительный вклад в развитие российского сегмента сети Интернет (Рунет). В 2012 г. она присуждалась уже в 9-й раз (организатор РАЭК, соорганизатор «Координационный Центр домена .RU и .РФ» при финансовой поддержке Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям). За торжественной церемонией награждения можно было наблюдать 21 ноября в прямом эфире телеканала «Россия 24» (видеотрансляция доступна на официальном сайте мероприятия www.premiaruneta.ru). Компетентное жюри в 2012 г. определяло лауреатов по 11 номинациям, в числе которых новые: «Электронное государство в информационном обществе» (Фонд «Страна глухих» www.deafworld.ru, Дневник.ру www.dnevnik.ru и Компания Ростелеком www.webvybory2012.ru), «Спорт» (победил проект РСпорт www.rsport.ru) и «За вклад в развитие РУНЕТА» (награда вручена IT-кластеру Сколково www.sk.ru и Российской Венчурной Компании (РВК) www.rusventure.ru). В ходе всероссийской онлайн-акции «Народное голосование Премии Рунета 2012», официально остановленной в ходе церемонии, были определены народные лидеры: Интернет-проект «Livemaster» (www.livemaster.ru), Сообщество Рунета «This is хорошо» (www.thisishoroshho.ru), Игра Рунета «Warfase» (wf.mail.ru).

18 октября 2012 г. состоялась торжественная церемония награждения победителей и призеров XII Всероссийского ежегодного Интернет-конкурса «Золотой сайт». Она прошла в рамках Russian Internet Week (RIW 2012). На конкурсе было представлено 50 номинаций, включая блоки бизнес-номинаций, общественно важных проектов, тематических сайтов, масс-медиа и образовательных номинаций. Жюри конкурса возглавил директор РАЭК, исполнительный директор Премии Рунета Сергей Плуготаренко, а сам конкурс прошел при поддержке РАЭК. Среди лауреатов сайты компаний «Росбанк», «ЮниКредит Банк», «ВТБ24», «Gazprom International», «М.Видео», Информационно-развлекательный портал «ИД Комсомольская Правда», «ТАСС Телеком», «Спортмастер.ру», «LACALUT», «Газпром нефть» и многие другие. Победителям были вручены дипломы и символ профессионализма вебмастеров статуэтка «Золотой Кибермастер», которая является несомненным признанием профессионального сайта. Подробную информацию о победителях можно получить на сайте конкурса www.goldensite.ru.

Стоит упомянуть еще один конкурс, ежегодно проводимый с 1999 г. и позиционируемый как профессиональная премия, получаемая победителями онлайн. Это РОТОР (Российский Онлайн-ТОР) – сетевой конкурс, организованный Международным союзом Интернет-деятелей «ЕЖЕ». В этом году РОТОР прошел под знаком острого размежевания «Интернет-элиты» по отношению к основным тенденциям в стране: растущему движению гражданской самоорганизации и ответному резкому усилению давления государства на свободы, включая свободу Интернет. «РОТОР-2012» поставил два антирекорда. Первый – по пассивности «жюри», в роли которого выступают все члены-подписчики закрытого сообщества ЕЖЕ: в итоговом голосовании приняло участие лишь 85 человек из более 500 подписчиков. Второй – по доле протестного голосования: в 13 из 36 номинаций во втором туре не удалось определить призеров, поскольку победил вариант «Против всех» (предыдущий рекорд 2008 г. – невручение наград в 8 номинациях). По мнению некоторых членов жюри, «конкурс вполне адекватно отразил общую кризисную ситуацию в Рунете, для которой характерна некая сумятица, утрата ясных ориентиров, отсутствие прорывных проектов и мощных новых позитивных трендов». Гран-при конкурса получили: «Либрусек» (номинация «Электронная библиотека года»), Справочно-информационный портал «Государственные услуги» («Сайт госучреждения года»), «Антипремия Рунета 2011» («Мероприятие года»), а в качестве «Тенденции года» названо давление государства на Интернет. Открытием года признан Реестр запрещенных сайтов (*zapret-info.gov.ru*). В числе прочих призеров РОТОР-2012: Павел Дуров («Человек года»), «Fasebook» («Социальная сеть года»), «Lenta.ru» («Информационный сайт года»), «Яндекс.Новигатор» («Сетевой сервис года») и другие. Подробнее о конкурсе на сайте ezhe.ru/POTOP/index.2012.html.

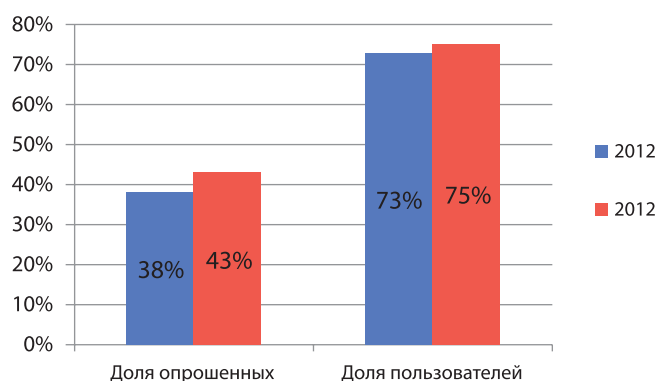
4. Интернет и общество

4.1. Информационно-поисковые возможности

Одновременно с ростом уровня проникновения Интернета россияне все больше начинают воспринимать его в качестве авторитетного канала получения информации. Согласно исследованию ВЦИОМ (*wciom.ru*), проведенному летом 2012 г., Интернет как основной источник информации вышел на третье место после телевидения и прессы, обогнав радио (его отметили 59% опрошенных); при этом наибольшее доверие эта информация вызывает у 64% жителей России, принявших участие в опросе (в 2011 г. было 40%).

Согласно опросу, проведенному Аналитическим центром Юрия Левады (*levada.ru*) в октябре 2012 г. среди городского и сельского населения старше 18 лет в 130 населенных пунктах 45 регионов страны, жители России пользуются Интернетом, прежде всего, с целью поиска нужной информации, и число таких растёт (рис. 4.1). При этом среди пользователей Интернета, выходящих в Сеть с данной целью, преобладают мужчины (77%), россияне в возрасте 25–40 лет (77%), руководители и управленцы (90%), а также специалисты, учащиеся и студенты (по 82%).

Рисунок 4.1. Количество россиян, использующих Интернет для поиска информации (опросы 2011–2012 гг.)



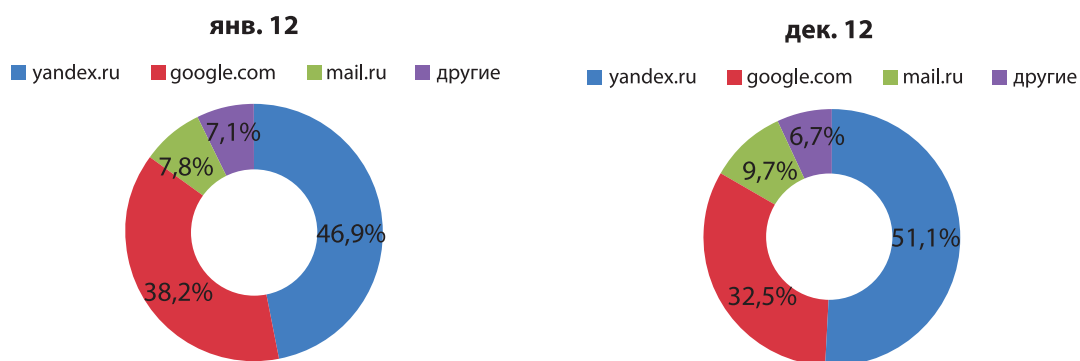
Источник: Левада-центр

По данным «TNS Россия» 34% российской Интернет-аудитории постоянно пользуется одним и тем же поисковиком, ещё 40% – двумя поисковыми системами одновременно, 20% – тремя, 5% – четырьмя, а 1% – пятью и более.

Самой популярной информационно-поисковой системой Рунет остается Яндекс (*yandex.ru*), второе место прочно удерживает мировой лидер поиска «Google» (*Google.com*), и замыкает тройку лидеров поисковик портала Mail.ru (*mail.ru*), который существенно отстает от них по охвату онлайн-аудитории. Доля других поисковых систем, таких как Рамблер (*rambler.ru*), Bing (*bing.com*), Нигма (*nigma.ru*) и прочие, среди пользовательских предпочтений россиян весьма незначительна (рис. 4.2).

В декабре 2012 г. в крупных городах России к «Яндексу» за поиском информации обращалось в будни ежедневно в среднем 14,5 млн пользователей Интернет, что превышало аудиторию «Google» в 1,7 раза и Поиск@mail.ru почти в 5 раз. Среднемесячная российская аудитория лидеров Интернет-поиска отличалась не столь существенно: 29,6 млн человек у Яндекса против 28 млн «Google», поисковик Mail.ru отставал от них по охвату аудитории в 2 раза. Статистика на конец 2012 г. по посетителям основных поисковых систем Рунета в Москве, Санкт-Петербурге и Екатеринбурге, а также в городах России с населением свыше 100 тысяч человек приводится в табл. 4.1.

Рисунок 4.2. Использование поисковых систем российской Интернет-аудиторией, доля пользователей (2012 г.)



Источник: HotLog

Таблица 4.1. Статистика посещения поисковых систем, тыс. человек (декабрь 2012 г.)

Регион	Месячная аудитория			Средняя недельная аудитория			Средняя дневная аудитория (будни)		
	Яндекс	Google	Mail.ru	Яндекс	Google	Mail.ru	Яндекс	Google	Mail.ru
Москва	5195	4807	2176	4390	3349	1104	2705	1570	376
Санкт-Петербург	2100	2037	1010	1737	1393	555	1030	640	196
Екатеринбург	634	583	282	516	398	149	304	185	51
Россия (города более 100 тыс. чел.)	29598	28239	14932	24232	19180	8245	14483	8757	2906

Источник: TNS WebIndex

В 2012 г. ведущие поисковые системы выпустили ряд обновлений.

«Яндекс» запустил дополнительные сервисы: систему поиска людей (*people.yandex.ru*), позволяющую искать людей одновременно во всех популярных в России блогах и социальных сетях; облачный сервис для хранения файлов «Яндекс.Диск» (*disk.yandex.ru*) – максимальный бесплатный объем диска составляет 10 Гб, информация хранится на диске бессрочно; в «Яндекс.Картинки» (*images.yandex.ru*) имеется теперь региональный поиск; на страницу результатов поиска добавлен перевод с иностранных языков (английского, польского, украинского, немецкого, французского, испанского, итальянского и турецкого), причем сразу и в большой, и в мобильной версии. Для активных пользователей поисковые подсказки и ответы стали персонализированными, учитывающими их личные интересы и предпочтения. «Яндекс» пытается понять, что интересует пользователя, анализируя его поисковое поведение – о чем человек спрашивает, на какие сайты переходит, нужны ли ему ответы на английском. Эти данные учитываются при выборе подсказок и формировании результатов поиска; при событийных запросах показывается блок с темами за последние несколько дней. Персональный поиск стал основой для новой поисковой платформы «Яндекса» – «Калининград». Кроме того, «Яндекс» выпустил отдельный продукт, адаптированный для iPad, учитывающий его стилистику и особенности, это касается и дизайна, и навигации, и самого процесса поиска.

Популяризации «Яндекса» способствует тот факт, что в большинстве случаев именно эта поисковая система идет в комплекте с различными программами, в том числе играми, при установке которых Яндекс становится стартовой страницей браузера. Кроме того, популярный Интернет-браузер Mozilla Firefox полностью синхронизирован именно с «Яндекс».

«Google Inc.», американская Интернет-корпорация, в настоящее время занимает более 80% мирового рынка поисковых запросов. Основным доходом компании является онлайн-реклама, привязанная к результатам поиска на страницах «Google». Чистая прибыль корпорации в 2012 г. выросла на 10,2% по сравнению с прибылью, полученной в 2011 г., и составила 10,74 млрд долл. Помимо Интернет-поисковика «Google» владеет самым популярным в мире видео-хостингом YouTube, управляет почтовым сервисом «Gmail», социальной сетью «Google+». Компания разработала операционную систему Android для мобильных устройств. В 2012 г. «Google» объединил в один личный кабинет данные пользователей «YouTube», «Gmail» и «Google+»; осуществил перенос данных из «Маркет», «Google Music» и «eBookStore» в облачный сервис «Google Play» и интеграцию сервиса в социальную сеть «Google+».

Поисковая система «Google» ориентирована, конечно, в большей степени на рынки США, Западной и Центральной Европы. Тем не менее, по оценкам экспертов, в ближайшие два-три года вероятно ситуация, при которой «Google» сможет значительно упрочить свои позиции на российском рынке. Этому будет способствовать активное внедрение инновационных поисковых решений (в частности, уже внедренный «живой поиск»), более высокое по сравнению с другими системами качество англоязычного поиска, а также поддержка со стороны недавно появившегося качественного браузера «Google Chrome».

Поиск Mail.ru, относительный новичок на рынке поиска, в 2012 г. значительно усовершенствовал свою работу, переняв некоторый опыт «Яндекса» и «Google», но поисковой системе все еще предстоит много работы, чтобы стать более конкурентоспособной. Среди возможностей поисковика: автоматическая генерация справок по популярным запросам с биографиями, адресами, книгами, фильмами; способность находить людей в социальной сети «Мой мир@mail.ru», товары – на «Товарах@mail.ru», вопросы и ответы пользователей – на проекте «Ответы@mail.ru» и другие, не менее замечательные, функции. Например, осенью 2012 г. стала доступна функция получения данных о долготе светового дня, времени восхода и заката солнца в любой точке России и на любую дату. Кроме того, Поиск Mail.ru был интегрирован компанией LG Electronics в телевизоры LG Smart TV. В результате этого союза поисковая выдача Mail.ru стала отображаться в виде, удобном для просмотра на большом ТВ-экране. Это первый поисковик в России, чья навигация и внешний вид были адаптированы для телевизоров и при этом не потеряли своих качеств.

В феврале 2013 г. заканчивается контракт «Mail.ru» с корпорацией «Google», после заключения которого работа поисковиков распределилась: поисковый движок «Mail.ru» обрабатывал 40% запросов по Рунету, «Google» – 60% глобальных запросов. Если контракт не будет продлен, потенциально отказ «Mail.ru Group» от «Google» является свидетельством серьезных намерений российской компании начать самостоятельное международное продвижение (ведь именно для этого и был приобретен домен *my.com*).

4.2. Социальные коммуникации

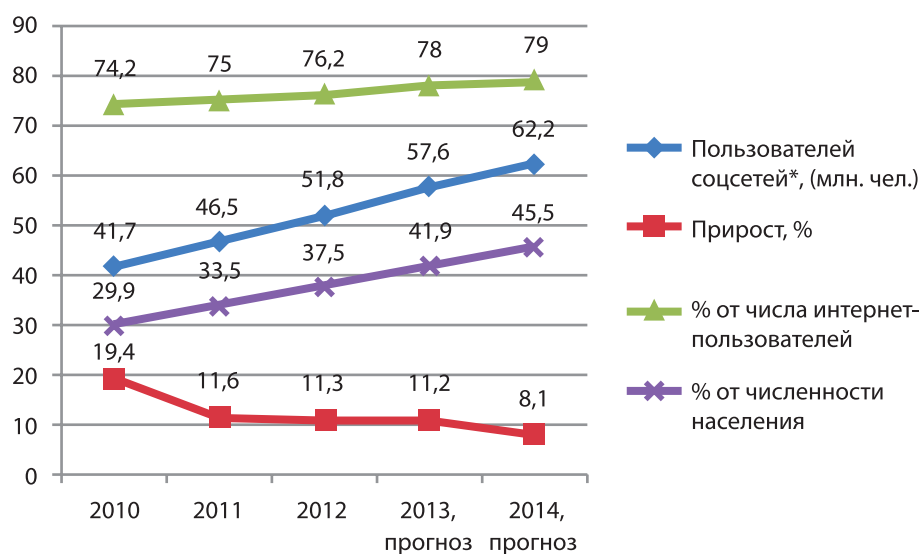
Социальные коммуникации представляют собой способы связи между людьми для распространения и принятия информации, обмена ею. В Интернете сегодня можно обнаружить разные виды общения: электронная почта, чат, форум, сетевое издание, сайт компании. Даже при первом взгляде ясно, что это разные явления, имеющие свою аудиторию, специфический контент и выполняющие разные функции, но все они являются социальными коммуникациями, использующими пространство Интернета для своих целей.

Согласно опросу, проведенному в 24 странах мира аналитической компанией «Ipsos» (www.ipsos.com), в России наиболее популярными видами Интернет-общения являются социальные сети, блоги и форумы: их отметили 75% респондентов. В целом в мире по популярности лидирует электронная почта: используют Интернет для работы с ней 85% опрошенных, и только 62% респондентов – для общения в социальных сетях.

Развитие технологий и появление нового программного обеспечения существенно изменили каналы общения между пользователями Рунета. Из-за повсеместного развития социальных сетей, которые фактически полностью реализовали в своих рамках почтовый функционал, электронная почта из средства коммуникации превратилась в своеобразный «интернет-паспорт» пользователя, необходимый для регистрации на различных ресурсах. Особенно это характерно для более молодой части аудитории.

По данным исследования компании «eMarketer» (www.emarketer.com), проведенного в августе 2012 г., резкий рост пользователей социальных сетей в России замедлился и в ближайший период прогнозируется на уровне 11% (рис. 4.3). По оценкам экспертов, более трети от общего числа пользователей социальных сетей Восточной Европы, которое по расчетам в 2012 г. составит 145,6 млн человек, приходится на представителей из России. По этому показателю Россия вышла на 6 место в регионе.

Рисунок 4.3. Динамика численности пользователей социальных сетей в России (2010 – 2014 гг.)

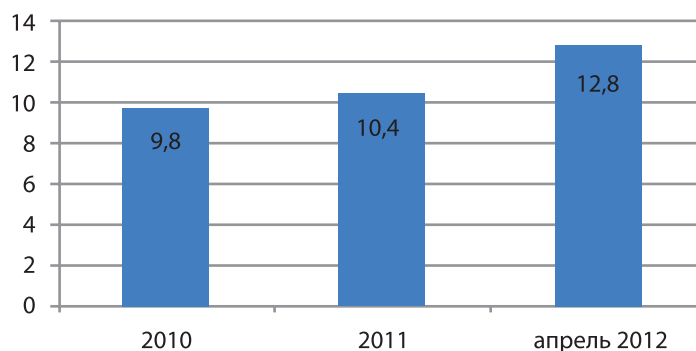


* Используют социальные сети с любых устройств не реже 1 раза в месяц.

Источник: eMarketer

Социальные сети в России пользуются практически аномальной популярностью по сравнению с большинством других стран мира. Время, которое средний россиянин проводит в социальных сетях, ежегодно растет (рис. 4.4). По данным «ComScore» (www.comscore.com/rus) на апрель 2012 г., российские Интернет-пользователи проводили в соцсетях в месяц более половины общего времени, проведенного в Сети в целом (12,8 часов из 22,4), что является самым высоким показателем в мире. Пользуется соцсетями 99,7% суточной аудитории Рунета.

Рисунок 4.4. Количество времени, проводимого пользователями Рунета в среднем в социальных сетях, час/месяц (апрель 2012 г.)



Источник: ComScore

Проведенное в 2012 г. социологическое исследование ВЦИОМ (wciom.ru), в котором приняло участие 1600 человек из 138 населенных пунктов 46 регионов России, показало, что типичным пользователем социальных медиа является молодой человек 18-24 лет (96%), обеспеченный (87%), проживающий в Москве и Санкт-Петербурге (94%). На начало февраля 2012 г., согласно опросу, в социальных сетях было зарегистрировано 82% пользователей Рунета (в 2010 г. – только 52%). Это самый высокий показатель в мире. При этом, как правило, россияне имеют аккаунты более чем в одной социальной сети. Но в Рунете существует огромный сегмент аудитории, для которой социальные сети еще являются в некотором роде инновацией. Это пользователи из регионов России, которые могут стать важной потенциальной аудиторией для развития сервиса.

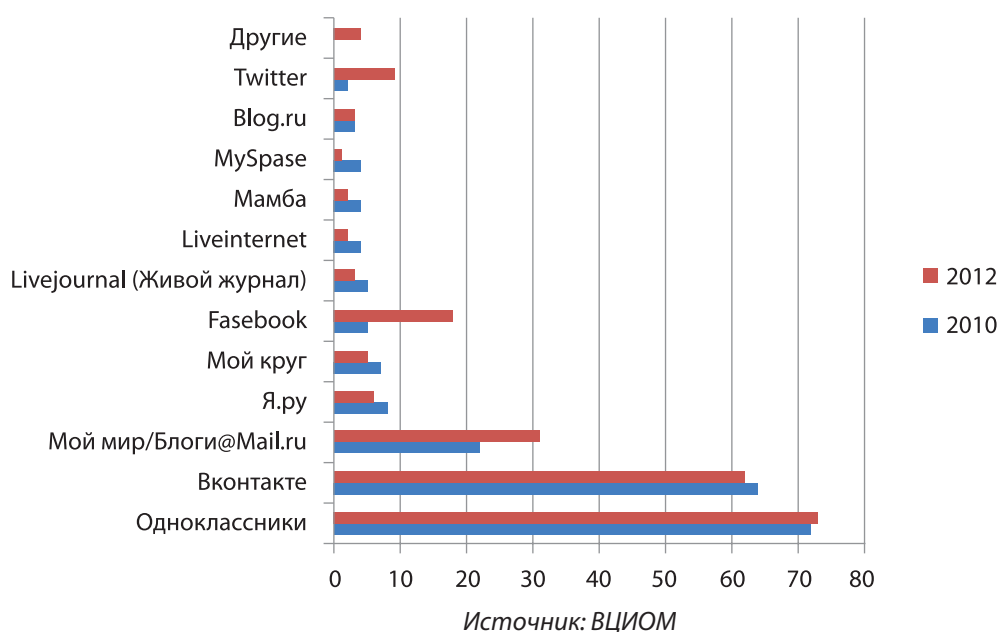
Рунет отличается насыщенностью социальными сетями. Сложно даже подсчитать, сколько их всего на сегодняшний день. Социологи насчитали только 33 зарубежные социальные сети, число российских же социальных сетей приближается к сотне. И каждый год появляются новые проекты. Социальные сети нового поколения отличаются специализированной направленностью, ориентацией на «свою» аудиторию в зависимости от характера интересов пользователей. Так, в России в апреле 2012 г. была запущена мультязычная социальная сеть «Dudu» (dudu.com). Ее ключевое отличие от коллег-конкурентов – встроенная система машинного перевода. На сегодняшний день система «понимает» 13 языков (русский, английский, арабский, китайский, хинди, турецкий, греческий, филиппинский, итальянский, португальский, испанский, французский и иврит). За несколько месяцев работы соцсети в режиме альфа-тестирования к ней присоединилось около 3 млн пользователей. Разработчики уверены, что к концу 2012 г. аудитория «Dudu» в России достигнет 10 млн пользователей. В феврале 2012 г. на российский рынок вышла еще одна социальная сеть – «Viadeo» (www.viadeo.com), занимающая второе место в мире среди профессиональных социальных сетей по количеству пользователей (более 45 млн). Она выделяется абсолютно новым сервисом «Страницы компаний», где владельцы частного бизнеса могут оставлять любую информацию о своей компании. Изюминкой является то, что компании представлены большей частью их сотрудниками, а не владельцами.

Наибольшей популярностью в Рунете в 2012 г. по-прежнему пользовались российские социальные сервисы (рис. 4.5). В тройке лидеров держатся «Одноклассники» (73% пользователей социальных сетей), «ВКонтакте» (62%) и «Мой мир» (31%). Но по сравнению с 2010 г. отмечен рост числа пользователей у их зарубежных конкурентов («Facebook» – с 5% до 18%, «Twitter» – с 2% до 9%) за счет

перехода из других, местных, соцсетей. Отличительной особенностью российских соцсетей является более глубокое вовлечение пользователя за счет значительного большего (и не всегда легального) контента – музыки, видео, игр.

Обращает на себя внимание факт падения популярности «больших» блогахостингов «Livejournal» (Живой журнал) и «Liveinternet» (суммарно с 9% до 5%) при росте популярности сервиса микроблогов «Twitter». Специалисты отмечают тенденцию «профессионализации» блогосферы: массовая аудитория перестает вести личные журналы и уходит в социальные сети и «Twitter», при этом активно формируется прослойка профессиональных блоггеров, чьи журналы начинают соперничать с крупными интернет-СМИ размеру аудитории и качеству контента, а материалы из их постов становятся информационными поводами даже для традиционных медиа.

Рисунок 4.5. Популярность социальных сетей и блогахостингов в России, % пользователей социальных ресурсов (2012 г.)



По посещаемости социальные сети сравнимы с поисковиками. Ежемесячная аудитория наиболее популярных социальных сетей в 2012 г. колебалась от 15 до 45 млн человек (данные исследования «TNS Россия» на сентябрь 2012 г. по городам России представлены в табл. 4.2).

Таблица 4.2. Российская аудитория социальных сервисов, % от населения 12-54 лет (сентябрь 2012 г.)

Ресурс	Ежемесячная аудитория				Ежедневная аудитория (будни)			
	Москва	Санкт-Петербург	Екатеринбург	Города 100 тыс. +	Москва	Санкт-Петербург	Екатеринбург	Города 100 тыс. +
Odnoklas-sniki.ru	45,5	31,2	50,7	48,3	17,5	8,3	22,2	22,5
ВКонтакте (Vk.com)	63,9	74,8	67,1	61,5	33,6	46,5	39,5	34,9
Мой мир (Mail.ru)	41,0	36,1	37,6	39,4	8,0	6,2	7,8	8,4
Блоги@mail.ru	5,6	4,7	...	4,4	0,4	0,4	...	0,3

Livejournal	38,9	36,2	33,8	29,3	8,1	5,8	5,8	4,4
Liveinternet (Дневники)	17,1	18,3	18,6	15,9	1,4	1,5	1,4	1,3

Источник: TNS Web Index

Отечественная коммуникационная группа «Византия» (byson.ru) проанализировала аудиторию пользователей крупнейших социальных сетей в России: «ВКонтакте», «Одноклассники», «Мой Мир», «Facebook» и «Twitter». Основываясь на анализе сообщений, оставляемых русскоязычными пользователями в сетях, а также на их опросе, специалисты составили психологический портрет пользователей этих сервисов. В итоге было установлено, что пользователи «ВКонтакте» ругаются чаще всего – в этой соцсети на каждую тысячу слов приходится около 17,2 нецензурных ругательств. Для «Моего Мира» этот показатель составил 16,3 ругательств, для «Одноклассников» – 15,4, а для «Twitter» – 15,5. Пользователи «Facebook» употребляют нецензурные выражения на русском реже всех – 12,8 ругательств в среднем на тысячу слов; также выяснилось, что участники этой социальной сети имеют самый широкий словарный запас. Самым маленьким словарным запасом отличаются пользователи соцсетей «ВКонтакте» и «Мой мир». Однако аудитория «Facebook» лидирует по показателю цинизма, а также по общему уровню агрессивности. При этом все пять соцсетей оказались примерно равными в плане враждебности пользователей друг к другу.

Во всех популярных социальных сетях в России, согласно данным исследования коммуникационной группы «Византия», женская аудитория превосходит мужскую. В «Facebook» мужчин оказалось больше всего – около 46,3% против 53,7% женщин. А наиболее женской признана соцсеть «Мой мир» – в ней оказалось всего 29,6% мужчин. В качестве основной социальной сети 36,5% опрошенных пользователей назвали «ВКонтакте» и 32,6% – «Одноклассники». «Facebook» является основной соцсетью для 14,4% «рунетчиков», а «Мой Мир» и «Twitter» – для 9,8% и 6,8% соответственно. При этом в качестве второй «дополнительной» соцсети лидируют «Одноклассники» – их выбрали 30,5%, на втором месте «ВКонтакте» (24,3%), а на третьем – Twitter (23,5%).

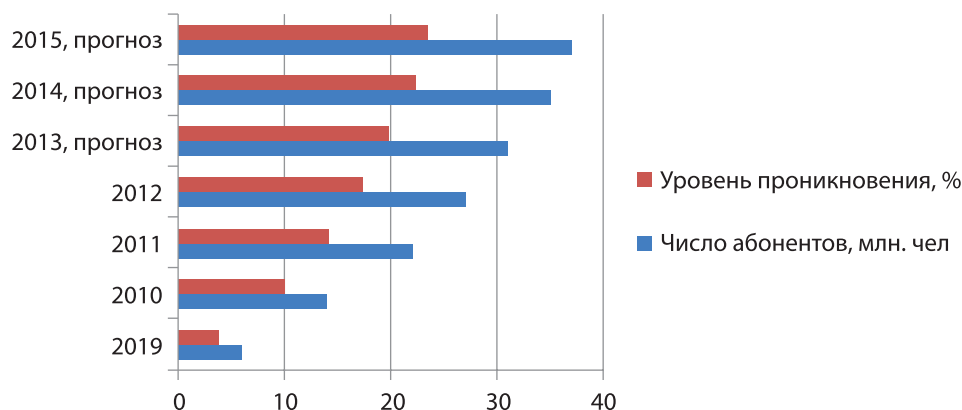
4.3. IP-коммуникации

Internet Protocol (IP) все чаще рассматривается не только как способ транспортировки данных, но и как инструмент, позволяющий упростить и оптимизировать работу целого ряда бизнес-приложений, таких, как унифицированный обмен сообщениями, интегрированные контакт-центры и мультимедийные конференции, сочетающие в себе возможности голосовой связи, передачи данных и видео.

Наиболее отчетливо эта тенденция видна на примере телефонии: передача голоса по сети IP (VoIP) и IP-телефония приобретают все большую популярность, как среди корпораций, так и среди обычных потребителей. Согласно опросу, проведенному в 24 странах мира аналитической компанией «Ipsos» (www.ipsos.com), в целом в мире около 14% респондентов считают VoIP-сервисы своим главным форматом Интернет-общения. Россия же лидирует по числу пользователей, для которых основным способом Интернет-коммуникаций является IP-телефония (36%).

В опубликованном в октябре 2012 г. отчете компании «J'son & Partners Consulting» (web.json.ru), осуществляющей мониторинг российского и мирового рынков IP-телефонии с 2005 г., отмечается, что голосовой Интернет-трафик в России за 1 кв. 2012 г. вырос на 28% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. Объем трафика виртуальной телефонии в 2011 г. составил 3,7 млрд минут. Число абонентов и уровень проникновения услуги растет год от года (рис. 4.6). Этому способствуют развитие рынка ШПД (включая мобильный широкополосный доступ), увеличение активности российских и международных провайдеров IP-телефонии при сохранении высоких тарифов на междугороднюю связь.

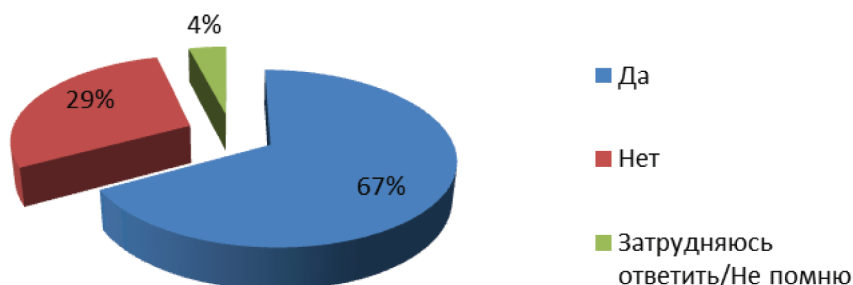
Рисунок 4.6. Развитие IP-телефонии в России в 2006-2015 гг. (октябрь 2012 г.)



Источник: J'son & Partners Consulting

Относительно высокая степень проникновения VoIP-услуги закономерно отмечается в крупных городах. Согласно опросу, проведенному в августе 2012 г. по заданию «J&P Consulting» компанией «SMARTEST» (www.smrtest.ru), 2/3 респондентов в российских городах-миллионниках имели опыт звонков через Интернет или использования карточки IP-телефонии (рис. 4.7). Самым популярным в России VoIP-сервисом остается «Skype», лидирующий с огромным преимуществом. За ним следуют звонки через почтовый сервис «Mail.ru» и социальные сети («Одноклассники», «ВКонтакте»). В «хвосте» рейтинга находятся сервисы QIP, «Мультифон» (сервис оператора «Мегафон»), «SIPNET», «Google Talk», «Зебра Телеком» и «Betamax».

Рисунок 4.7. Использование россиянами услугой IP-телефонии в городах-миллионниках (август 2012 г.)



Источник: J'son & Partners Consulting, SMARTEST

Уровень развития услуг IP-телефонии, предоставляемых операторами связи, в России по сравнению со странами-лидерами (США, Япония, Южная Корея, Франция) оценивается «J'son & Partners Consulting» как низкий, при этом активно развиваются VoIP-проекты относительно небольших альтернативных операторов.

Сторонние VoIP-приложения (прежде всего, такие как «Skype», «Google Voice» и др.) отнимают существенную долю доходов сотовых операторов. По итогам 2012 г. ожидается, что снижение доходов европейских сотовых операторов от использования их абонентами сторонних IP-сервисов достигнет в зависимости от региона от 1,5% до 4%. Оценить ситуацию в нашей стране представляется затруднительным из-за большого числа малоизвестных провайдеров из среднего и малого бизнес-сегмента, их закрытости, а также фактора деловой активности в регионах. Тем не менее, крупные операторы связи предпринимают «ответные меры». Так, «Вымпелком» в сентябре 2012 г. для фиксированных абонентов уже запустил в Москве услугу VoIP-телефонии под названием «Домашний

цифровой телефон» для пользователей «Домашнего Интернета «Билайн». В компании не исключают запуск VoIP-услуги в следующем году еще в нескольких крупных городах.

Исследователи отмечают высокие темпы развития в России корпоративной IP-телефонии, включая услуги виртуальных АТС (IP-Centrex), которые в корпоративном сегменте занимают 45% рынка. Наиболее активно развиваются эти услуги в Москве и Санкт-Петербурге (90% российского рынка виртуальных АТС в 2011 г.). Компаниями-потребителями услуги IP-Centrex являются как представители крупного бизнеса (около 10 тысяч компаний), так и среднего и малого предпринимательства (около 37 тысяч). Наиболее востребована услуга в сфере телекоммуникаций и информационных технологий, в промышленности, а также ритейле (малый и средний бизнес) и госсекторе (крупные компании).

Согласно базовому прогнозу «J'son & Partners Consulting», к концу 2014 г. объем российского рынка IP-телефонии в частном и корпоративном сегментах удвоится по сравнению с 2012 г. и достигнет 8,4-10 млрд рублей (в 2011 г. он составил 4,5 млрд рублей).

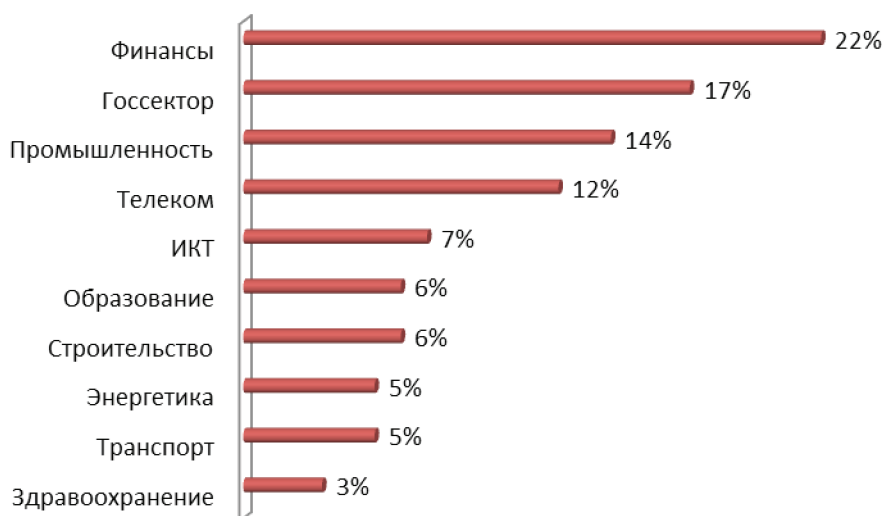
Еще одним быстрорастущим сегментом на рынке телекоммуникаций является видеоконференцсвязь (ВКС). Сейчас российский рынок ВКС переживает бум, начавшийся примерно три-четыре года назад. Этому во многом способствовали российские операторы связи, которые существенно улучшили качество своей инфраструктуры, благодаря чему она стала технически готова к передаче видеотрафика. Рост производительности персональных компьютеров и распространение Интернета одновременно с развитием технологий и распространением IP-каналов связи положили начало использованию ВКС на обычных ПК. Все это привело к существенному удешевлению стоимости услуги. Немалую роль в ее распространении сыграло и развитие технологий 4G и Wi-Fi., а также развитие облачных служб и доступность видеосвязи как услуги (VaaS).

По оценкам экспертов, отечественный рынок ВКС последние годы стабильно растет более чем на 20% в год, намного опережая по темпам роста развитые страны (6% в год). Мировой объем рынка на данный момент составляет порядка 3 млрд долларов, а доля России в нем – 2 % (\$60 млн в год).

«TrueConf» (trueconf.ru), ведущая в России компания-провайдер Интернет-сервиса видеоконференцсвязи, в предыдущие годы занимала от 7 до 10% российского рынка ВКС в денежном исчислении. В планах компании в 2012 г. достичь 15%-й доли рынка.

В июне 2012 г. «TrueConf» провела ежегодное исследование внедрения технологий ВКС. В опросе приняли участие более 80 представителей образовательных учреждений, руководителей предприятий и бизнеса, IT-специалистов из различных отраслей экономики. На протяжении многих лет одним из основных заказчиков на рынке ВКС оставался госсектор: от федерального до муниципального уровня. Как показывают исследования, в 2012 г. на первое место по объему выручки вышел финансовый сектор (рис. 4.8).

Рисунок. 4.8. Распределение спроса на ВКС в России (июнь 2012 г.)



Источник: TrueConf

Стоит отметить присутствие спроса на услуги ВКС в сфере здравоохранения, где они актуальны для обучения работников и обмена опытом в ходе видеоконференций, но в первую очередь системы ВКС медицине нужны для передачи необходимой диагностической информации в режиме реального времени, например, показаний приборов. Только в Москве на сегодняшний день существует 24 телемедицинских центра, оборудованных современными системами ВКС. Однако главным инструментом врача при проведении экстренных консультаций был и остается обычный телефон. Причина заключается в отсутствии в районных больницах соответствующих каналов связи и квалифицированного персонала.

По результатам исследования, только 17% опрошенных компаний не используют видеоконференцсвязь как один из каналов корпоративных коммуникаций (например, у электронной почты этот показатель равен 5%). При этом для многих компаний именно ВКС, а не IP-телефония, стала первым корпоративным проектом IP-коммуникаций.

Результаты опроса говорят о зрелости российского рынка видеоконференцсвязи: ВКС уже доказала свою эффективность и значимость, заказчику уже не нужно объяснять, зачем она нужна, и как ее использовать. Среди преимуществ использования ВКС-технологий 94% респондентов выделили сокращение операционных расходов на встречи и командировки, упрощение взаимодействия между филиалами и удаленными сотрудниками, а также увеличение частоты и количества встреч и совещаний. И только 6% не нашли у ВКС явных преимуществ.

На вопрос о планах развития инфраструктуры видеоконференцсвязи своих компаний 27% респондентов ответили, что они заинтересованы в интеграции существующей системы ВКС с новыми решениями унифицированных коммуникаций, 21% планировали масштабировать существующую ВКС инфраструктуру, а 19% предпочтут параллельное и независимое использование старой и новой систем.

По итогам опроса эксперты «TrueConf» пришли к выводу, что российский рынок ВКС переходит в новую фазу развития, для которой характерны процессы масштабирования и интеграции существующих систем сетевых коммуникаций предприятий. Еще один позитивный для рынка сигнал – рост популярности «облачных» технологий, заинтересованность в которых отметило 22% опрошенных. Они могут стать неплохой «стартовой площадкой» для развития собственных систем ВКС, прежде всего, для малого бизнеса.

Основным препятствием, с которым сталкиваются отечественные компании при внедрении ВКС, является непреходящая проблема качества каналов связи, вызванная как ростом ожиданий пользователей к качеству видеосвязи, так и традиционно слабыми каналами в регионах (рис. 4.9).

Рисунок 4.9. Основные проблемы при внедрении ВКС в России, % респондентов, отметивших проблему (июнь 2012 г.)



Источник: TrueConf

Потребности российских заказчиков тесно переплетаются с общемировыми тенденциями развития рынка ВКС, в числе которых упрощение интерфейсов и повышение доступности ВКС-продуктов, в том числе за счет кросс-платформенности; стремление к построению корпоративных систем унифицированных коммуникаций, в которых связано вместе все от обмена текстовыми сообщениями до ВКС и совместной работы над документами; использование в качестве терминалов ВКС мобильных устройств, таких как коммуникаторы и планшетные компьютеры; построение систем видеоконференцсвязи в «облаках».

4.4. Досуг

Современный Интернет предоставляет обширные возможности для проведения досуга людям разного возраста и интересов: компьютерные игры, фильмы и музыка (просмотр/прослушивание и скачивание), просмотр афиш и онлайн-заказ билетов, общение и знакомства и многое другое. Созданы специальные досуговые порталы. Например, на сайте «OnlineMIX» (www.onlinemix.ru) собраны все лучшие онлайн развлечения; относительно новым направлением является онлайн-трансляция через веб-камеры, установленные в разных городах мира.

Рейтинг «Рамблер Топ100» (top100.rambler.ru) по разделу «Досуг. Развлечения» дает представление о предпочтениях населения Российской Федерации в области досуга в территориальном разрезе (табл. 4.3).

**Таблица 4.3. Рейтинг «Рамблер ТОП100» по разделу «Досуг. Развлечения»
(декабрь 2012 г.)**

№	Сайты	Индекс популярности
Россия		
1	«КиноПоиск» – новости кино, премьеры, рейтинги	103408
2	Живой Журнал (LiveJournal.com)	99253
3	Реалити-шоу «Дом-2»	97267
4	ivi.ru	95070
5	«Дом 2» – онлайн-трансляция от 30.01.2013 - Lite	89121
6	АФИША кино, концертов, клубов, театров, выставок	87053
7	Анекдот.ру – Анекдоты из России про Вовочку, блондинок и другие	85940
8	Знакомства на MyLove.Ru	82331
9	Журнал MAXIM – Легко! Определить характер по почерку	81148
10	Kisses.ru – знакомства для брака	79660
Центр		
1	Реалити-шоу «Дом-2»	97267
2	«Ваш Досуг – афиша развлечений, кино, клубы, выставки	78989
3	«ArtFile.ru» – обои для рабочего стола	74490
4	Технический портал QRZ.RU схемы, документация, объявления	71173
5	Ifotki.info – хостинг фотографий	70915
6	Неофициальный сайт реалити-шоу «Дом-2»	69434
7	Камелот Программа – Онлайн-программа телепередач	65731
8	Все рестораны Москвы	65193
9	Сеть кинотеатров «Формула Кино»	64778
10	Кино.ру – киноафиша Москвы	64223
Москва		
1	Реалити-шоу «Дом-2»	97267
2	«Ваш Досуг» — афиша развлечений, кино, клубы, выставки	78989
3	«ArtFile.ru» – обои для рабочего стола	74490
4	Технический портал QRZ.RU схемы, документация, объявления	71173
5	Ifotki.info – хостинг фотографий	70915

№	Сайты	Индекс популярности
6	Все рестораны Москвы	65193
7	Сеть кинотеатров «Формула Кино»	64778
8	Кино.ру – киноафиша Москвы	64223
9	Киноафиша Москвы	64093
10	Антология фольклора Рунета Netlore	63275
Северо-Запад		
1	КАССИР.РУ – билеты на концерты, в театры в Санкт-Петербурге	70872
2	Киноафиша Санкт-Петербурга	69024
3	Bileter.ru – театральная афиша Санкт-Петербурга	68983
4	Сеть кинотеатров «Формула Кино»	66435
5	Сеть кинотеатров «Мираж Синема»	66110
6	RestoClub.Ru – все рестораны Санкт-Петербурга	62672
7	Ресторан.ру – рестораны Москвы и Санкт-Петербурга	62258
8	Бесплатные флэш-игры	62189
9	Программы для компьютера, новинки кино, мини игры	62124
10	Menu.Ru – Ресторанная жизнь двух столиц	60603
Поволжье		
1	Peskomment.ru – русский портал о FIFA 12 и PES 2012	66229
2	Волгоградский форум – онлайн жизнь Волгограда и области.	65939
3	Рыбалка в Самаре – Samarafishing.ru	60273
4	«Полезные самоделки»	59531
5	Самара нумизматика – монеты России и СССР	57102
6	ПЕНЗА АФИША	55262
7	«Крестик» – сайт о вышивке крестом	54904
8	Нижегородский охотничий клуб	52036
9	Интернет-магазин «Ижевские ружья»	51551
10	Аквариумные рыбки в Вашем Аквариуме – Золотая рыбка	51477
Юг		
1	Приятные знакомства в городе Ростов-на-Дону	51818
2	AR Mods – Лучшие эксклюзивные моды для GTA SA by AnRi	51689
3	saferostov.ru – все кафе и рестораны Ростова-на-Дону	47457
4	Флай-Чат – чат знакомств без регистрации	46806
5	Охотничье-рыболовные базы и хозяйства России. Поиск по карте	45649
6	Ростов на Дону – Знакомства LoveRostov.Ru – Ростовская область	45310
7	Рестораны, кафе, бары Краснодар	44814
8	Секс-шоп «MySexWish»	44624
9	Знакомства Ростов	44347
10	Кинотеатр «Аврора»	44126
Урал		
1	«MyChel.ru» – развлечения Челябинска	63106
2	Знакомства, поиск попутчиков, гороскопы, дневники R125.ru	61173
3	«72filma.ru» – все развлечения Тюмени	58040
4	Интернет-магазин «Златоустовские ножи»	53262
5	Resto74 – кафе, рестораны, суши бары, пиццерии Челябинска	53099
6	Денди игры онлайн	52439
7	Мужской журнал – «Тор4Man Екатеринбург»	51333
8	Свердловский академический театр музыкальной комедии	50819
9	wowgu.ru все о world of warcraft	50409
10	Детский развлекательный центр «Crazy Park»	50201
Сибирь		
1	«uCrazy.ru» – юмор и развлечения – Ходячие мертвецы (комикс)	78986

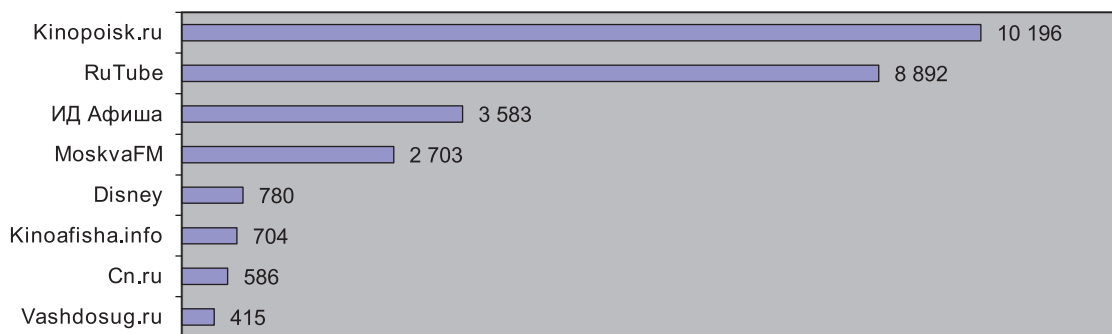
№	Сайты	Индекс популярности
2	TOMSK.FM – По образу и подобию	76307
3	Сайт новосибирских рыбаков. Рыбалка в Новосибирске	67414
4	Междуреченский портал «Частник-М»	57727
5	Новосибирский гос. академический театр оперы и балета	56121
6	Сауна.ру – все сауны Москвы, русские и турецкие бани	52867
7	Совместные покупки в Омске	50035
8	Цветочный форум . Выращивание растений	49491
9	Развлекательный портал! HD обои на рабочий стол – BangaBungo	49436
10	cNsk.ru – Новосибирский молодежный портал!	49255
Дальний Восток		
1	«Мастера рукоделия»	62632
2	Знакомства, поиск попутчиков, гороскопы, дневники R125.ru	61173
3	Город Live	55150
4	Хабаровская сеть	50473
5	Цветочный форум . Выращивание растений	47160
6	Подари настроение	46411
7	Компания «Зеленый Крокодил». Товары для детей	45602
8	Парк семейного отдыха Штыковские пруды	44384
9	Островок – первый чат на Сахалине	42960
10	Авторские и портретные куклы «SaGa Doll»	41928

Источник: Рамблер ТОП100

Анализируя эти данные, можно отметить, что в целом по России, по Центральному региону и Москве наибольшей популярностью пользуются сайты, позволяющие онлайн просмотры фильмов, популярных теле- и радиопередач, информирующие о работе ресторанов, кинотеатров, театров. Кроме того, очень популярны сайты знакомств, онлайн-игр, афиши развлечений и поздравления. К сожалению, безусловное первенство принадлежит реалити-шоу «Дом-2», причем в остальных регионах этот сайт не входит в двадцатку популярных. Пользователи Северо-Западного региона предпочитают сайты театров, кинотеатров, ресторанов, и, конечно же, игровые и сайты знакомств. Чем дальше от центра, тем шире и разнообразнее интересы пользователей Интернет. Наиболее привлекательным выглядит выбор жителей Дальнего Востока – здесь большое количество сайтов, связанных с творчеством, отдыхом (в том числе семейным), познавательных.

О популярности досуговых порталов можно судить по данным проекта «TNS Россия Web Index». Данные отчета за декабрь 2012 г. представлены на рис. 4.10. Исследование охватывает население страны старше 12 лет в городах с численностью от 100 тыс. человек.

Рисунок 4.10. Месячная популярность досуговых порталов, тыс. человек (декабрь 2012 г.)



Источник: TNS Web Index

Компьютерные игры относятся к одной из наиболее популярных форм Интернет-досуга. Интересное исследование на эту тему провела компания «J'son & Partners Consulting» (web.json.ru), представив отчет «Российский рынок мобильных игр» (игры для мобильных телефонов и смартфонов). По оценкам «J&P», объем мирового рынка мобильных игр по итогам 2012 г. составляет \$9,9 млрд, а российский – \$392 млн. Динамика рынка очень хорошая – за последние два года среднегодовой прирост составил более 50%. Мировая аудитория мобильных игр – 1,02 млрд человек, а в России – 38,6 млн человек. Среди ежедневно играющих пользователей 83% имеют начальное образование, среднее – 44%, высшее – 38%.

4.5. Интернет ресурсы для детей и лиц с ограниченными возможностями

4.5.1. Интернет ресурсы для детей

В марте 2012 г. фонд «Разумный Интернет» (разумныйинтернет.рф) и Координационный центр национального домена «.ДЕТИ» провели круглый стол «Детский Интернет в России 2012-2018». Целью круглого стола было определение перспектив развития детского Интернета в России, в частности развития домена «.ДЕТИ» в 2012-2018 гг. и создания зоны Интернет-безопасности для российских детей. Организаторы мероприятия рассказали собравшимся о том, как обстоят дела с подачей заявки в ICANN на регистрацию домена верхнего уровня «.ДЕТИ», как идет процесс разработки правил регистрации в будущем домене, кто и как будет определять возможность регистрации того или иного ресурса в домене «.ДЕТИ».

В работе круглого стола принял участие Центр компьютерного обучения «Специалист» при МГТУ им. Н.Э. Баумана (www.specialist.ru), как крупнейший учебный компьютерный центр России, проводящий обучение детей и подростков навыкам эффективной и безопасной работы в Интернет. Подростков ориентируют на осмысленную работу и нормальное общение в Интернет, а не на поиск в Сети одних только развлечений, порой весьма сомнительных.

Согласно исследованиям, дети в России начинают впервые выходить в Глобальную сеть в возрасте 8–10 лет. Но при этом школьники в России пользуются Интернетом более активно и, к сожалению, более рискованно, чем их европейские сверстники. Одним из факторов риска является то, что большинство российских детей выходят в сеть самостоятельно – около 80% детей в среднем по России пользуются Интернетом в своих комнатах с отдельных компьютеров и через мобильные телефоны – то есть в ситуациях, когда родители их практически не контролируют. Другая проблема – «взрослый» и опасный контент. Интернет лидирует в «сексуальном просвещении» подрастающего поколения: около половины детей сталкивались за последний год с сексуальными изображениями, при этом почти треть – в Интернете. К сожалению, далеко не все родители достаточно осведомлены о существующих рисках в Интернет и способах защиты от них и зачастую недооценивают проблему. В силу существующего «цифрового разрыва» между родителями и детьми, детский мир Интернет не только мало знаком взрослым, но еще нередко и недоступен им.

В 2012 г. начал работать образовательно-выставочный проект «Дети в Интернет» (detionline.com/mts) – это комплекс образовательных мероприятий, объединяющий в себе интерактивные выставки и серию обучающих уроков для младших школьников. Целью создания проекта является информирование детей, родителей и учителей о потенциальных рисках при использовании Интернет, путях защиты от сетевых угроз и полезных возможностях Сети для образования, развития, общения и досуга. Проект реализуется оператором связи МТС совместно с Фондом Развития Интернет при поддержке Министерства связи и массовых коммуникаций РФ, Министерства образования и науки РФ, Лиги Безопасного Интернета, при участии «Google» и ряда партнеров.

Специально в помощь родителям, которые занимают активную жизненную позицию и обучают своих детей современным инфокоммуникационным технологиям, но одновременно стремятся оградить своего ребенка от нежелательной, негативной информации, предназначен детский браузер

«Гоголь» (www.gogul.tv). Основные преимущества браузера: запрет доступа детей к нежелательным сайтам; ограничение доступа по времени и дням недели; тысячи сайтов, специально подобранных для детей; детальный отчет о навигации ребенка в Интернет.

Данные рейтинга «Рамблер Топ 100» (top100.rambler.ru) по разделу «Подросткам и детям» за 2012 г. свидетельствует о том, что по сравнению с 2011 г. приоритеты юного поколения несколько изменились. В частности, при наличии в числе лидеров сайтов, содержащих готовые сочинения, банк рефератов и готовые домашние задания, явное предпочтение отдается игровым и развлекательным сайтам (табл. 4.5).

Таблица 4.5. Рейтинг «Рамблер ТОП100» по разделу «Подросткам и детям» (декабрь 2012 г.)

№	Сайты	Индекс популярности
1	Детский портал «Смешарики» - мультфильмы, игры	84559
2	«Страна Мастеров» – сайт о детском творчестве	84174
3	Скачать мод чит для minecraft 1.2.5, текстуры 1.2.5	80569
4	Детский сайт «Играемся» – Развивающие игры онлайн	79871
5	Career.ru – работа для студентов и молодых специалистов	79531
6	«Эра-Игр» – казуальные игры для девочек и мальчиков	79017
7	«Cartoon Network» – ТВ для детей	78065
8	«Лунтик и его друзья» – официальный сайт сериала	77977
9	Игры для девочек – Игры Винкс для девочек	77849
10	Stoboi.ru – коллекция онлайн-игр	77328
11	Готовые сочинения	77282
12	Детский портал «Солнышко» – Детский день рождения	76963
13	You Love It.ru – сайт о популярных мультфильмах	76443
14	Игры для компьютера	75733
15	Прикольные, оригинальные поздравления для любого праздника	75730
16	«Big Puzzle» – пазлы онлайн	75671
17	Секреты и коды для игр «ВКонтакте»	75649
18	Форум о компьютерных играх «Район читеров»	75433
19	Онлайн игры для девочек – Винкс (Winx) игры!	75380
20	Игры для девочек про моду и стиль – Эмо девочка	74414
21	Раскраски – коллекция разукрашек для детей	73913
22	Развивающие игры для детей 3,4,5 лет	73839
23	Gamer.ru – социальная сеть для геймеров. Видеообзор	73659
24	BestReferat.ru – банк рефератов	72671
25	«Все для детей» – сайт для детей и родителей	72458
26	Puzzleit.ru – бесплатные пазлы онлайн	72081
27	Smajliki.ru – коллекция смайликов	71970
28	Флэш игры онлайн	71957
29	Детские онлайн игры	71244
30	Мультфильмы онлайн	70558

Источник: Рамблер ТОП100

Важнейшее событие, произошедшее в 2012 г., – вступление в силу 1 сентября Федерального закона Российской Федерации от 29 декабря 2010 г. N 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию». Первое заседание рабочей группы Минкомсвязи

России, Федерального Собрания и Интернет-индустрии прошло в начале августа 2012 г. под председательством министра Н.А. Никифорова и вице-спикера Госдумы С.В. Железняка. Во встрече приняли участие представители крупнейших компаний отрасли. В ходе заседания были обсуждены вопросы реализации закона о защите детей в Интернете.

Открывая дискуссию, министр напомнил, что вопрос противодействия распространению детской порнографии поддерживает абсолютное большинство граждан. Министр подчеркнул, что ни один депутат не проголосовал против этого документа, что является большой редкостью. Теперь Правительство России должно принять документ, в котором будет детально прописано применение закона, к его обсуждению и разработке которого Минкомсвязь России привлекает ведущих специалистов отрасли. Присутствовавшие на заседании согласились с тем, что ведение единого реестра ресурсов, содержащих запрещенную информацию, следует поручить Роскомнадзору.

Отдельно была отмечена необходимость мониторинга правоприменительной практики в сфере регулирования Интернета, а также проведения просветительской деятельности среди судейского корпуса. По мнению экспертов, реестр запрещенных ресурсов не должен быть общедоступным, однако необходимо предусмотреть возможность проверки наличия того или иного заблокированного сайта в этой базе. Участники совещания поддержали предложение создания белых списков разрешенных сайтов, которым предлагается ограничить Интернет-доступ в образовательных учреждениях и в публичных местах, где для выхода в Сеть не требуется предоставления удостоверения личности и, как следствие, невозможно установить возраст того или иного пользователя. Большое внимание участники уделили необходимости прописать механизм досудебного исключения заблокированных ресурсов из реестра при условии оперативного удаления владельцами ресурса противоправного контента. Оживленную дискуссию вызвало предложение обязать Интернет-поисковики фильтровать выдачу по определенным поисковым запросам.

Закон «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» предусматривает создание с 1 ноября единого реестра сайтов и веб-страниц, содержащих запрещенную к распространению информацию. В первую очередь речь идет о детской порнографии, инструкциях по суицидам и по изготовлению наркотиков. В этом случае возможно досудебное закрытие сайтов. При наличии другой запрещенной информации решение о закрытии ресурса будет приниматься на основании постановления суда. По данным зам. руководителя Роскомнадзора М.Ю. Ксензова на 13 ноября 2012 г., около 40% страниц сайтов попали в реестр запрещенных сайтов за распространение информации о наркотиках, около 30% – информации о суицидах и примерно 10% – за распространение детской порнографии. В среднем в день поступает около 300 заявок о тех или иных нарушениях. При этом 80% из них необоснованные или повторные заявки, которые ведомство отклоняет.

4.5.2. Интернет ресурсы для лиц с ограниченными возможностями

Учитывая, что инвалиды, как правило, ограничены в общении, Интернет предоставляет им возможность получать информацию любого характера: справочную, новостную, рекламную и пр. Главное, что в Интернет люди с ограниченными физическими возможностями могут найти информацию об изменениях в законодательстве, касающуюся их, данные о медицинских и реабилитационных центрах и т.д.

Государственная программа Российской Федерации «Доступная среда» на 2011-2015 годы разработана в целях обеспечения беспрепятственного доступа инвалидов и других маломобильных групп населения к объектам и услугам, а также интеграции инвалидов в общество и повышения уровня их жизни. Программа утверждена постановлением Правительства Российской Федерации от 17 марта 2011 г. № 175, вступила в силу 5 апреля 2011 г. Минкомсвязь России включило в Программу научно-исследовательскую работу, предусматривающую разработку методических рекомендаций о механизме обеспечения информационной доступности в сфере теле-, радиовещания, электронных и информационно-коммуникационных технологий.

В ходе работы был заключен государственный контракт с ФГУП «Научно-исследовательский институт радио» (НИИР) на разработку методических рекомендаций. По итогам работы в 2012 г. проведен комплексный анализ:

- развития и внедрения технических и технологических решений, наличия действующих систем телекоммуникаций и образцов оборудования, обеспечивающих доступ инвалидов к информации и использованию электронных и информационно-коммуникационных технологий (в том числе в условиях чрезвычайных ситуаций);
- системы мер государственной поддержки, направленных на обеспечение права инвалидов на доступ к информации, передаваемой посредством телерадиовещания, и к использованию электронных и информационно-коммуникационных технологий;
- действующей нормативно-правовой базы Российской Федерации в части наличия в ней норм и положений, обеспечивающих права инвалидов на доступ к информации, передаваемой посредством телерадиовещания, и к использованию электронных и информационно-коммуникационных технологий.

По итогам проведенных исследований сформулированы предложения, направленные на обеспечение прав инвалидов на доступ к информации и к использованию электронных и информационно-коммуникационных технологий:

- по разработке и внедрению технических средств и систем, обеспечивающих права людей с ограниченными возможностями в указанной сфере;
- по совершенствованию системы мер государственной поддержки средств массовой информации и массовых коммуникаций;
- по совершенствованию нормативно-правовой базы в сфере теле-, радиовещания, электронных и информационно-коммуникационных технологий.

7 декабря 2012 г. состоялось заседание Координационного совета по контролю реализации государственной программы «Доступная среда» на 2011-2015 годы. Заместитель Министра Министерства труда и социальной защиты РФ А.В. Вовченко отметил, что 2012 год знаменателен тем, что наша страна окончательно ратифицировала конвенцию ООН о правах инвалидов, и символично, что именно госпрограмма «Доступная среда», которая была этапом подготовки к ратификации этой Конвенции, стала основным инструментом ее реализации. Несмотря на то, что результаты госпрограммы «Доступная среда» пока можно увидеть только в пилотных регионах, это – ориентир для всей страны. А.В. Вовченко добавил, что в пилотных регионах проработана новая система определения инвалидности и отметил глубокий научный подход к вопросу медико-социальной экспертизы.

Распоряжением Правительства Российской Федерации от 26 ноября 2012 г. № 2181-р утверждена новая редакция программы, в которой максимально отражены все усилия государственных органов власти не только в плане формирования доступных условий для инвалидов, но и остальных вопросов, направленных на повышение качества жизни инвалидов и их интеграции в общество. Всего на реализацию госпрограммы «Доступная среда» в 2011–2015 годах будет выделено более 180 млрд рублей.

Не только государство занято проблемами инвалидов. Ведущим методистом Организационно-методического отдела ЦГПБ им. А.П. Чехова в Таганроге Т.Л. Прилуцкой было подготовлено издание «Каталог сайтов для инвалидов» (www.taglib.ru/img/2011god/doc/catalog_saitov8.pdf). В издании подробно освещены сайты для людей, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата и неврологии, нарушения слуха, зрения и т.д. Причем, как правило, дается описание содержания сайта, уровня сложности и способа изложения публикаций, а также указывается цель создания сайта. Следует отметить, что помимо официальных сайтов различных Общероссийских общественных организаций инвалидов в этом каталоге приводится информация о региональных и областных, а также персональных сайтах людей с ограниченными возможностями здоровья.

На сайте «Сбербанка» (sberbank.ru) появился специальный сервис для людей с ограниченными возможностями, который позволяет им получить ответ на интересующий вопрос, не прибегая к услугам call-центра. Теперь им не обязательно звонить в «Сбербанк»: достаточно заполнить простую

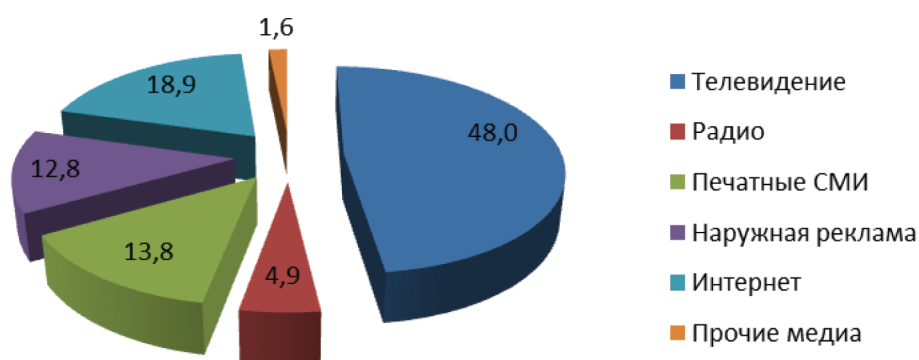
форму на сайте банка, указав свое имя и электронный адрес. Консультанты «Сбербанка» оперативно ответят на указанный e-mail. Запустив новый сервис, «Сбербанк» продолжил реализацию инициатив по расширению доступа к услугам банка людей с ограниченными возможностями. В частности, в рамках подразделений банка нового формата создаются условия для удобного обслуживания инвалидов: оборудование входов пандусами или подъемниками, организация сидячего обслуживания, применение офисных банкоматов с низким расположением лицевой панели, которыми удобно пользоваться клиентам в инвалидных креслах.

5. Интернет и бизнес

5.1. Маркетинговые коммуникации

Объем российского рынка рекламы в средствах ее распространения в 2012 г., по оценке Ассоциации коммуникационных Агентств России (АКАР, www.akarrussia.ru), составил почти 300 млрд рублей (за вычетом НДС), что на 13% больше, чем в предыдущем году. Интернет вышел на вторую позицию по объему рекламы (рис. 5.1), при этом в 2011 г. он занимал третье место после телевидения и печатных СМИ. По темпам же прироста Интернет-реклама остается самым динамично развивающимся сегментом рынка (+35% против +9% у телевидения и +2% у печатных СМИ).

Рисунок 5.1. Структура рекламного рынка России в 2012 г., %



Источник: АКАР

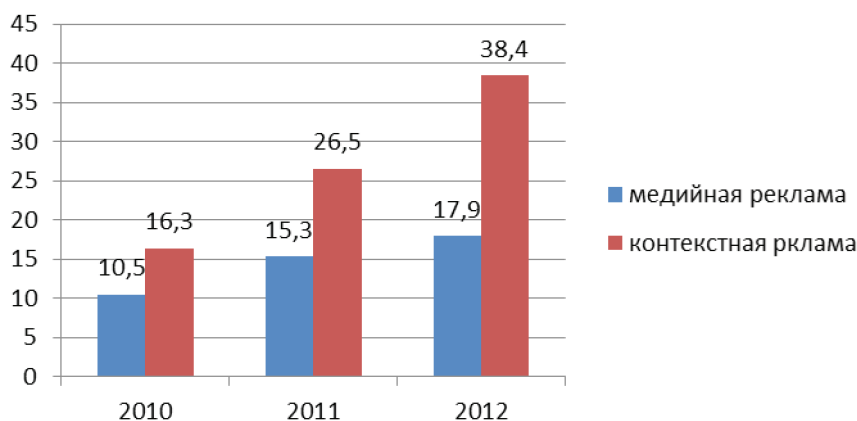
По общему объему рекламы в Интернет Россия занимает 6-е место в Европе, а по темпам развития признана самым быстроразвивающимся рынком в мире, обогнав по стремительности Китай, Индию и Бразилию.

Опережающий рост рынка Интернет-рекламы объясняется огромными преимуществами Интернет в области таргетинга (нацеливания) рекламы на пользователей. Уже сейчас широко распространены возможности таргетинга по географии, времени, истории поисковых запросов, социально-демографическим характеристикам и поведению пользователя на сайте рекламодателя (ретаргетинг). Технологии Интернет-рекламы позволяют показывать каждому сегменту пользователей отдельный рекламный модуль. Это приводит к более высоким показателям эффективности рекламы по сравнению с традиционными медиа. Кроме того, росту доли Интернет-рекламы способствуют развитие онлайн-видео и социальных медиа, а также введение запретов рекламы на ТВ отдельных видов товаров и существенных ограничений для наружной рекламы в крупных городах.

Однако отмечая увеличение доли онлайн-рекламы в общей структуре рекламного рынка в стране в целом, необходимо признать, что в провинции пока еще довольно весома реклама в печатных СМИ, на радио, телевизионная и наружная, поскольку далеко не все регионы могут похвастаться хорошими показателями в сфере доступности Интернета как для населения, так и для бизнеса.

Объем российского рынка Интернет-рекламы традиционно складывается из продаж в Рунет медийной и контекстной рекламы (рис. 5.2). Однако в последнее время активно формируются рынки таких рекламно-маркетинговых услуг, как поисковая оптимизация (SEO – Search engine optimization), реклама в соцсетях (SMM – Social media marketing) и видеореклама. Согласно данным исследования РАЭК и ВШЭ «Экономика Рунета 2011-2012 гг.», в 2011 г. объем рынков поисковой оптимизации составил 8,56 млрд рублей, SMM – 2,98 млрд рублей, видеорекламы – 800 млн рублей; в 2012 г. прогнозируется рост рынков соответственно на 19%, 40% и 59%.

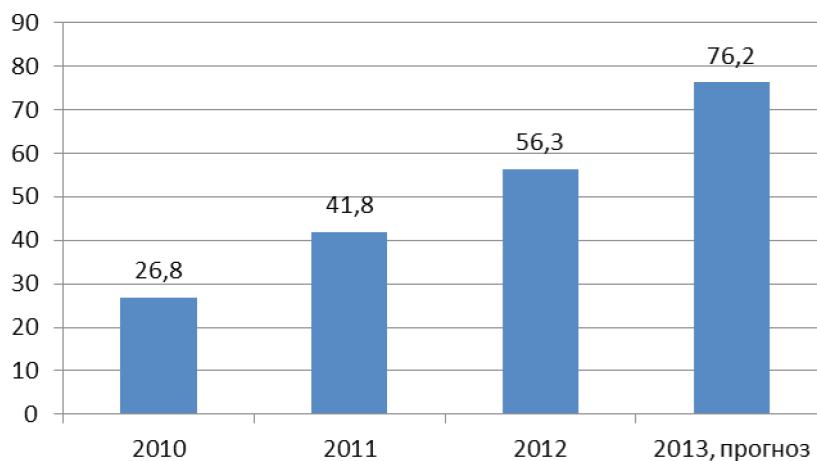
Рисунок 5.2. Развитие основных сегментов рынка Интернет-рекламы в России в 2010-2012 гг., млрд рублей



Источник: АКАР

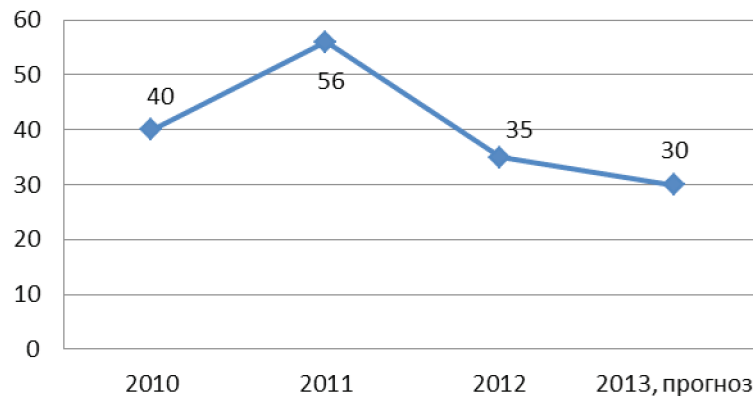
Несмотря на рост рынка Интернет-рекламы в абсолютных показателях (рис. 5.3), его темпы, по оценкам аналитиков, будут снижаться (рис. 5.4). Замедление темпов роста рынка Интернет-рекламы в 2012 г. – наиболее значимый тренд и для его основных сегментов: рост по контекстной рекламе 45% (против 63% годом ранее), по медийной рекламе всего 17% (против 46% в 2011 г.). Эта тенденция подтверждается и финансовой отчетностью крупнейших игроков российского рынка Интернет-рекламы. За третий квартал 2012 г. выручка «Яндекса» составила 19,95 млрд рублей против 13,59 млрд рублей за тот же период 2011 г., однако годовые темпы роста по итогам девяти месяцев (+47%) – это существенное снижение по сравнению с ростом за аналогичный период в 2011 г. (+60%). У второго крупнейшего игрока рынка «Mail.ru» годовые темпы роста за первые девять месяцев 2012 г. составили 36,5% против 59% роста в 2011 г.

Рисунок 5.3. Объем рынка Интернет-рекламы в России в 2010-2013 гг., млрд рублей



Источник: АКАР

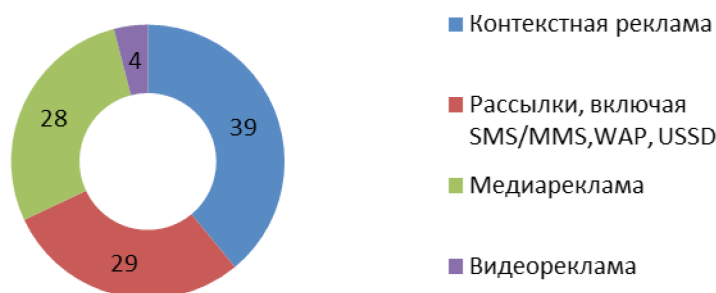
Рисунок 5.4. Темпы роста рынка Интернет-рекламы в России в 2010-2013 гг., %



Источник: АКАР

Сохраняющийся взрывной рост числа мобильных пользователей в России способствует развитию рынка мобильной рекламы. Его объем по данным исследований компании «J'son & Partners Consulting» (*web.json.ru*) в 2012 г. составит 60,8 млн долларов, а в ближайшие три г. он может вырасти в 3,5 раза и к 2015 г. достигнет 215,8 млн долларов. Главная особенность российского рынка мобильной рекламы состоит в том, что операторы сотовой связи самостоятельно продают рекламу конечным заказчикам. Как отмечается в отчете «J&P», участников рынка можно разделить на четыре типа: операторы сотовой связи; игроки медийной и контекстной Интернет-рекламы, такие как «Яндекс», «Google» и др.; сервис- и контент-провайдеры; агентства мобильной рекламы. Структура рынка мобильной рекламы представлена на рис. 5.5.

Рисунок 5.5. Структура рынка мобильной рекламы и маркетинга по каналам доставки, % (2012 г.)



Источник: J'son & Partners Consulting

По-прежнему самым значительным и активно растущим сегментом мобильной рекламы остаются SMS-сообщения. В этот сегмент входят прямые рассылки, контекстные предложения в рамках запросов абонентами определенных операторских услуг, геотаргетинг (рассылки по географическому признаку, например близости к торговой точке). На долю рекламных сообщений приходится 60% рынка. Рассылки занимают максимальную долю и в структуре доходов операторов от мобильной рекламы. Однако сегмент рекламных сообщений, по оценкам экспертов, будет терять долю рынка, при этом оставаясь самым большим сегментом в прогнозируемом периоде. Самым перспективным каналом мобильного маркетинга в ближайшее время станет медийная (On-screen) реклама. Этому способствуют расширение географии 3G-сетей и улучшение качества связи. На рынок влияет и рост

проникновения смартфонов и планшетных компьютеров, а также развитие мобильных платежных систем и мобильного банкинга. Наиболее перспективный и быстрорастущий сегмент – это реклама в мобильном вебе и приложениях. Именно здесь рост будет идти опережающими темпами за счет увеличения проникновения мобильного Интернета, снижения стоимости и роста числа смартфонов и планшетов. Использование такой рекламы позволит рекламодателю донести свои сообщения до большей и лучшей аудитории за счет возможности интегрировать рекламное сообщение по заданным условиям.

Среди наиболее ярких событий рынка Интернет-рекламы в 2012 г. нужно отметить зарождение технологий «Real Time Bidding» (RTB, аукцион рекламных объявлений в реальном времени). Новая технология выгодна как рекламодателям (возможность снизить стоимость привлечения посетителя и конверсии), так и рекламным площадкам (возможность увеличить доходы от размещения рекламы). Крупнейшие игроки российского рынка Интернет-рекламы заявили о запуске собственных RTB-сервисов или использовании протокола RTB для оптимизации размещения рекламы: с начала 2012 г. RTB-продукты предлагает в России «Google», а в марте о запуске собственной RTB-платформы заявил «Яндекс». Продавать Интернет-рекламу с помощью технологии RTB к концу г. стали и другие компании («ADFOX», «Between Digital»). Но настоящим стартом для RTB в России, по мнению экспертов, станет 2013 год, когда игроки рынка сумеют не только опробовать новую технологию, но и привлечь к ее использованию крупнейших рекламодателей. По прогнозам в 2013 г. RTB может занять около 5% рынка дисплейной рекламы. По оценке компании «eMarketer» (*emarketer.com*), к 2015 г. RTB-рынок в России может достичь 720 млн долларов и составит 18% всего российского рынка Интернет-рекламы, оцененного аналитиками в 4 млрд долларов.

В целом аналитики выделяют следующие тенденции на рынке рекламной коммуникации в России до 2015 г.:

- увеличение доли онлайн-видеорекламы до 10-12% от общего объема рынка к 2015 г.;
- продолжение роста контекстной рекламы, прямая связь динамики этого рекламного сегмента с динамикой аудитории и проникновением ШПД;
- дальнейшее падение рыночной доли медийной рекламы, еще большее снижение эффективности баннеров и rich media;
- появление новых форматов нестандартного маркетингового продвижения, большее внимание крупных рекламодателей к возможностям контекста, таргетинга в социальных медиа;
- интеграция рекламных кампаний с мобильными каналами продвижения, синергия Интернет-рекламы и мобильного маркетинга.

К сдерживающим факторам развития рынка Интернет-рекламы эксперты относят нехватку квалифицированного персонала. Рынок растет быстро, и это приводит к тому, что спрос на профессионалов существенно опережает их предложение. Компании сталкиваются с кадровым дефицитом, и это ограничивает темпы и качество роста. Вторая проблема – это увеличивающаяся активность государства в регулировании отрасли. Реестр запрещенных сайтов, усложнение использования персональных данных, ужесточение правил торговли для Интернет-магазинов – все это также может привести к снижению темпов роста рынка Интернет-рекламы.

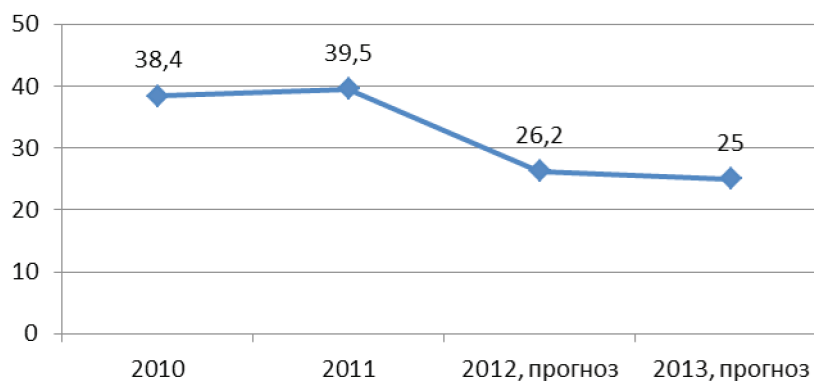
5.2. Электронная коммерция

Объем российского рынка электронной коммерции по итогам 2012 г. достиг, по данным компании «PricewaterhouseCoopers» (PwC, *pwc.ru*), \$10,4 млрд (310 млрд рублей), по оценке же «Morgan Stanley» (*www.morganstanley.com*) – \$12 млрд. Общие объемы продаж сравнимы с показателями Бразилии и Индии, но существенно отстают от США и Евросоюза. Доля e-commerce в общем объеме розничной торговли России, по разным оценкам, составляет от 1,9% до 2,2% против 7% в США и 9% в большинстве западноевропейских стран.

Тем не менее, ежегодный существенный прирост рынка (рис. 5.6), позволяет специалистам в области электронной коммерции прогнозировать для России будущее крупнейшего Интернет-рынка

Европы через несколько лет. Уже сейчас число онлайн-покупателей в стране достигло 18 млн человек, что составляет примерно 30% от общего числа российских Интернет-пользователей и 15% взрослых жителей России. При этом 48% пользователей сделали свои первые покупки в Интернет только за последние два года.

Рисунок 5.6. Прирост российского рынка онлайн-торговли в 2010-2013 гг., %



Источник: РБК.research

Согласно данным исследовательской компании «East-West Digital News» (EWDN, www.ewdn.ru) на сегодняшний день в России насчитывается около 25 тыс. Интернет-магазинов, причем большая их часть находится в Москве и Санкт-Петербурге. Несмотря на такое разнообразие, третью часть российского электронного рынка контролируют 300 лидирующих компаний.

По данным исследования, проведенного агентством «Digital Guru» (dgagency.ru), доля ТОП-10 Интернет-магазинов Рунет (табл. 5.1) в общем объеме оборота Интернет-торговли России составила в 2012 г. чуть более 18%, а по оценке «McKinsey & Company» (www.mckinsey.com) первая десятка компаний по общему объему выручки занимает лишь 10% всего рынка. Это свидетельствует о низкой степени концентрации рынка электронной коммерции и его незрелости. Например, в США, мировом лидере онлайн-торговли, этот показатель составляет 52%.

Таблица 5.1. ТОП-10 Интернет-магазинов Рунет в 2012 г.

№ п/п	Название (веб-адрес) магазина	Характеристика ассортимента магазина	Оборот, млн долл.
1	«Юлмарт»(Ulmart.ru)	Компьютерная, цифровая и бытовая техника	379
2	Exist.ru	Автомобильные запчасти и аксессуары	360
3	Ozon.ru	Универсальный ассортимент	237
4	«Связной»(Svyaznoy.ru)	Телефоны, портативная цифровая техника	233
5	Холдинг «KupiVip» (KupiVip.ru, KupiLuxe.ru, Shoptime.ru)	Одежда, обувь, аксессуары	187
6	Holodilnik.ru	Крупная бытовая техника	169
7	Wildberries.ru	Одежда	168
8	Sotmarket.ru	Мобильная техника и электроника	153
9	Biglion.ru	Скидочный сервис	150
10	«М.видео» (www.mvideo.ru)	Электроника и бытовая техника	111

Источник: Digital Guru

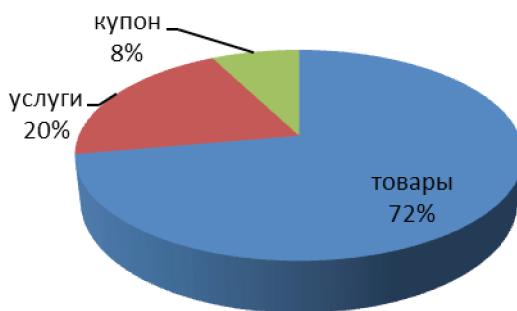
В 2012 г. офлайн-представители практически всех товарных категорий и товаров приняли колоссальные меры по развитию онлайн-сегмента. В настоящее время 60% игроков рынка электронной коммерции – это новые компании, ориентированные на онлайн-бизнес, а 40% – традиционные ритейлеры, открывшие Интернет-магазины.

О своем выходе на электронный рынок объявило множество крупных и мелких компаний, в том числе торговая розничная сеть «Metro Cash&Carry», занимающая четвертое место по объему продаж в России, крупные сети «АШАН» и «Х5». В тестовом режиме запустили свои Интернет-магазины такие компании сегмента мебели, стройматериалов, товаров для дома и ремонта, как «Leroy Merlin», «OBI» и «Castorama». Компании «Уютterra» и «Метрика» уже заявили о своем намерении в скором времени открыть электронные представительства. Российский Интернет-рынок бытовой техники и электроники отличился появлением действительно крупного и мощного продавца – компании «Enter». В связи с выходом на электронный рынок крупных офлайн-сетей, «чистым» Интернет-магазинам приходится с ними конкурировать только в тех сегментах, куда пока не пришли крупные традиционные ритейлеры.

Под влиянием современных тенденций активно развивается сегмент C2C, представителями которого являются электронные доски объявлений и Интернет-аукционы. Согласно различным оценкам, сегмент C2C в России вырос за последние несколько лет на 30-50%. А наиболее крупные игроки, такие как «Slando.ru», «Molotok.ru», «Irr.ru» и «Avito.ru», показали более высокий уровень роста. Те компании, которые имели изначально небольшую базу, сообщают о годовом росте в 50-100%.

На современном рынке электронной коммерции отдельную нишу занимают пришедшие к нам с Запада купонные и скидочные сервисы (рис. 5.7). В 2012 г. по мнению экспертов, должна кардинально поменяться бизнес-модель. На сегодняшний момент целевая аудитория подобных сервисов уже успела, не смотря на недолгое присутствие на российском рынке, потерять восприимчивость и лояльность. Лидирующие в России купонные сервисы, такие как «Biglion», «Groupon» или «Kupikupon», уже не могут похвастаться приростом аудитории. Это объясняется недостаточным качеством предлагаемых товаров и услуг.

Рисунок 5.7. Структура Интернет-рынка электронной коммерции России в 2012 г.



Источник: РБК.research

В структуре рынка электронной торговли по отдельным категориям товаров и услуг в 2012 г. наблюдались существенные изменения. Так, стремительно выросла доля Интернет-продаж железнодорожных и авиа-билетов, за счет чего сократилась доля продаж физических товаров. Самый динамичный рост (в 1,5 раза) наблюдался в сегменте одежды, обуви и аксессуаров. В два раза увеличился объем сегмента детских товаров и на 70% – косметики и парфюмерии. Практически не растет Интернет-оборот цифрового контента, не считая электронных книг, а музыка и фильмы почти не продаются в Сети.

В 2012 г. мониторингу потребительских предпочтений россиян, совершающих онлайн-покупки, был посвящен ряд опросов. По данным «РБК.research» чаще всего российские Интернет-покупатели приобретают одежду, электронику и бытовую технику (рис. 5.8). Согласно данным, представленным ВЦИОМ, тройку лидеров продаж замыкают печатная продукция (книги, газеты, журналы) и диски с

разными видами контента, а в ТОП-10 попали также (в порядке убывания): билеты и турпутевки, мелкая бытовая техника, косметика, крупная бытовая техника, товары для дома, билеты в кино и театры, спорттовары.

Основной объем онлайн-покупок в России приходится на Москву и Подмоскowie (45%) и Санкт-Петербург и Ленинградскую область (11%), что вызвано, прежде всего, неразвитостью логистической инфраструктуры. Но, по мнению многих экспертов в области электронной коммерции, именно регионы станут залогом роста российского рынка Интернет-торговли в ближайшие пять лет. Этот рост будет происходить за счет нескольких факторов: предпочтение столичными покупателями зарубежных Интернет-магазинов; достаточная насыщенность столичного Интернет-рынка; более быстрые темпы роста Интернет-торговли в регионах, чем в Москве и Санкт-Петербурге. По свидетельству гендиректора OZON, начиная с IV квартала 2011 г., более половины заказов Интернет-магазина приходит из регионов, а не из Москвы и Санкт-Петербурга, причем в основном из малых городов. На «Яндекс.Маркет» доля региональных Интернет-магазинов увеличилась за год с 23% до 36%.

Рисунок 5.8. Предпочтения россиян в покупках товаров и услуг через Интернет в 2012 г., % к числу опрошенных



Источник: РБК.research

Как объясняют специалисты, региональный рынок электронной торговли развивается значительно активнее столичного за счет того, что в местных офлайн-магазинах ассортимент значительно ограничен по сравнению с Интернет-магазинами, особенно это касается одежды, обуви и товаров для детей. Кроме того, в Интернет-магазинах цифровые и электронные устройства стоят значительно дешевле, иногда разница в стоимости электронных гаджетов в онлайн и офлайн составляет более двух раз.

Эксперты «EWDN» считают основным препятствием для развития электронной коммерции в регионах низкую осведомленность их населения об областных онлайн-магазинах и недостаточную маркетинговую активность. При этом специалисты отрасли уверены, что подобные проблемы в ближайшее время будут решены. Однако прочие тормозящие факторы, такие как доступность традиционных магазинов, затруднения с доставкой товаров из Интернет-маркетов, а также ценовое преимущество, по-прежнему будут актуальны в российских регионах.

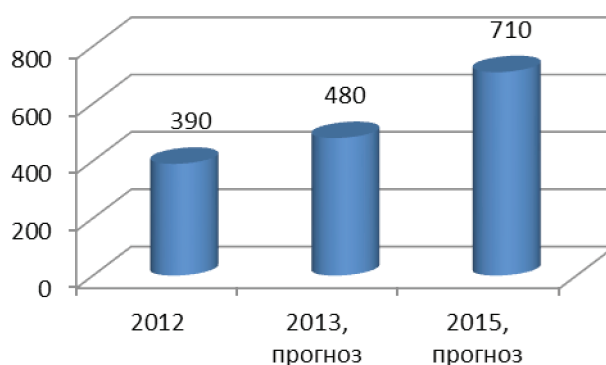
К факторам, негативно влияющим на развитие онлайн-торговли в целом, аналитики относят также низкое проникновение широкополосного доступа, небольшой уровень семейных доходов, слабое использование банковских карт для покупок, недоверие населения к e-commerce (к качеству товара и онлайн-платежам). В качестве средства, способствующего росту электронной торговли,

эксперты называют планшетные ПК, под которые оптимизируются сайты Интернет-магазинов. Только в первой половине 2012 г. продажи планшетников в России выросли более чем в 4 раза по сравнению с аналогичным периодом прошлого года.

Рост торговли в Интернете приносит значительную прибыль поисковым системам. Уже сейчас около 87% онлайн-покупателей в России ищут товары через поисковики. Наиболее популярными торговыми площадками Рунета являются «Яндекс.Маркет» и «Товары@Mail.ru». Так, 40% поисковых запросов генерируется через «Яндекс.Маркет». Торговая площадка Интернета является систематизатором огромного количества предложений Интернет-магазинов, где можно подобрать товар, сравнить его с другими предложениями, получить о нем полную информацию, пообщаться с другими потребителями.

Эксперты считают, что 2013 год станет переломным для российского рынка Интернет-торговли (рис. 5.9). К 2015 г. прогнозируется увеличение доли Интернет-продаж до 4,5% от всех розничных продаж в стране.

Рисунок 5.9. Объемы онлайн-продаж в России в 2012-2015 гг., млрд рублей



Источник: Компания Enter

Среди основных тенденций развития рынка электронной коммерции называются «сращивание» офлайна и онлайн; внимание к продажам через мобильные приложения (пока они дают не более 10% оборота российской e-commerce). По мнению игроков рынка, перейти в ближайшее время на новый уровень взаимодействия с клиентом Интернет-магазинам позволит сочетание ретаргетинговых технологий, SMM-маркетинга и eCRM-систем.

5.3. Облачные вычисления

Сегодня одним из стратегических направлений в развитии информационно-коммуникационных технологий в России является развитие облачных технологий.

Интернет по существу сам является «облаком» – это не единое целое, а лишь множество взаимосвязанных сетей, принадлежащих огромному количеству людей, государств и компаний. Как частные пользователи, мы используем «облака» еженедельно, если не сказать ежечасно: это электронная почта, файлообменники, поисковые системы «Яндекс» и «Google». Или, например, «Skydrive» – наше личное хранилище данные во Всемирной паутине. Облачные сервисы представляют собой приложения, доступ к которым обеспечивается через Интернет. Любой пользователь рано или поздно сталкивается с тем, что для решения новых задач требуются дополнительные мощности, так как не достаточно оперативной памяти или места на жестком диске, либо не устраивает быстродействие существующей системы. Это ведет к финансовым затратам, иногда значительным. Облачные технологии являются принципиально новым решением, которое позволяет использовать глобальную сеть для доступа к IT-инфраструктуре и сервисам.

Суть облачных вычислений в том, что набор технических и технологических средств предоставляется заказчику как услуга, обеспечение которой выполняется ресурсами поставщика. И если в случае с частным лицом пользование «облаками» оплачивает рекламодатель (реклама

«ВКонтакте», баннеры на «Яндексе»), то в случае с бизнесом подход иной: бизнес-пользователи оплачивают эти услуги по мере их потребления.

В зависимости от места положения облачных вычислений их делят на три вида. Первый – это публичные облака, которые, как правило, представлены целым рядом дата-центров вендоров (поставщиков), расположенных по всему миру. Несомненный плюс их в том, что одну и ту же услугу заказчик может получить из разных дата-центров. Второй – облако хостера; в данном случае дата-центр оператора находится в конкретной стране и из него оказываются услуги заказчику. Третий вид – частное облако; оно находится внутри предприятия, что позволяет, например, бухгалтерии филиала использовать бухгалтерские программы и мощности для обработки данных из дата-центра, установленного в центральном офисе.

На сегодняшний день существует несколько модификаций облачных сервисов:

- SaaS (Software as a Service) – облачное приложение как услуга, при этом пользователь не контролирует ни оборудование, ни приложение;
- PaaS (Platform as a Service) – облачная платформа как услуга, когда пользователю предоставляется возможность разрабатывать и устанавливать собственные приложения на предоставляемой платформе. В этом случае клиент контролирует приложения, но не контролирует ИТ-инфраструктуру;
- IaaS (Infrastructure as a Service) – облачная инфраструктура как услуга: клиент получает виртуальную архитектуру, состоящую из серверов, сетевого оборудования и рабочих станций, на которых устанавливает собственные операционные системы, приложения и базы данных.

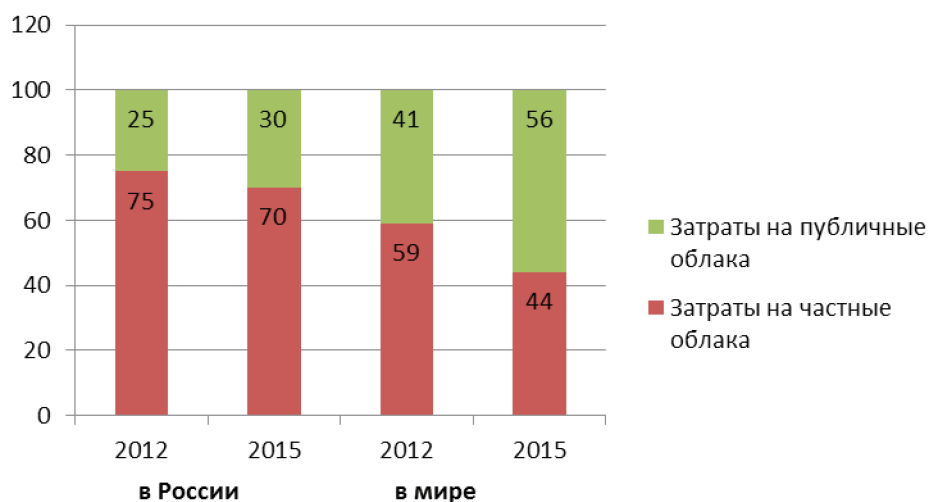
В апреле 2012 г. группой активистов облачного рынка была создана Ассоциация Облачных Технологий – Russian Cloud Computing Professional Association (RCCPA, www.rccpa.ru) – первое профессиональное объединение независимых экспертов, работающих в области создания, развития и внедрения облачных технологий и сервисов. Основная цель RCCPA состоит в выработке единых подходов к формированию развития облачных вычислений в России и создании экспертной площадки для развития российских облачных проектов на международных рынках. Оргкомитет ассоциации планирует развивать и стандартизировать облачные технологии в России, а также приносить лучшие западные практики и решения на рынок. В планах ассоциации – регулярное проведение встреч, семинаров и конференций, в рамках которых члены ассоциации смогут обмениваться опытом по профильным вопросам. К ассоциации, которая объединила 87 организаций России, Украины, Белоруссии и Казахстана, присоединились ведущие эксперты компаний «ЕМС», «Microsoft», «Softline» и многие другие.

Согласно социологическим исследованиям, проведенным RCCPA, главная проблема внедрения облачных технологий в России – отсутствие юридических механизмов, которые бы четко прописывали ответственность поставщиков облачных услуг в плане конфиденциальности и безопасности данных. Из 300 опрошенных руководителей среднего и крупного бизнеса такую проблему отметили 182 респондента (61%). В связи с этим ассоциацией разработан проект закона «Об облачных вычислениях». Принятие закона позволит в полной мере реализовать такие проекты, как «Электронная Россия» и «Электронная Москва», вывести в «облака» информационные мощности крупнейших государственных и бизнес-порталов. Если Государственная Дума примет закон, объем рынка облачных вычислений в России к 2016 г. может составить свыше \$5 млрд.

В настоящее время согласно данным, опубликованным в отчете Группы компаний «IBS» (www.ibs.ru), потребление облачных услуг в России находится на довольно низком уровне. Аналитики оценивают объем рынка публичных и частных (в той их части, которая поддается оценке) облачных услуг в пределах от \$120 до \$250 млн (для сравнения: ИТ-расходы заказчиков в России составляют порядка \$30 млрд, включая корпоративных и частных пользователей). Однако доля затрат на «облака» в общих ИТ-затратах российских заказчиков постепенно будет повышаться, что подразумевает весьма высокие темпы роста российского рынка облаков. В частности, как прогнозируют аналитики IBS, среднегодовой рост рынка публичных облачных услуг составит в ближайшие 4 года почти 90% (по сравнению с 40% в среднем для мирового рынка «облаков»). На мировом облачном рынке спрос

на публичные облачные услуги благодаря более высоким темпам роста превзойдет спрос на частные облака уже в ближайшие один-два года. В отличие от общемировой ситуации, в России частные облака будут по-прежнему пользоваться большей популярностью как минимум в течение ближайших 5-7 лет. Соотношение затрат на частные и публичные облака в России изменится незначительно (рис. 5.10). Популярность частных облаков у российских заказчиков также диктует иное, чем на других развитых рынках, соотношение между моделями потребления облачных услуг. Если в мире наиболее популярной моделью потребления облачных услуг является SaaS, то в России большая часть затрат приходится на IaaS, и эта ситуация существенно не изменится в ближайшие годы.

Рисунок 5.10. Структура затрат на российском и мировом рынке облачных услуг в 2012-2015 гг. %



Источник: IBS

Перспективные направления в применении облачных технологий – это реклама и маркетинг. Но у SaaS-сервисов существует ряд недостатков и минусов. В частности, облачные сервисы дублируют информацию клиентов не только в «облака», но и на девайсы, то есть однажды созданный файл или скаченная программа, у одного пользователя может занимать место на 3–5 устройствах. По мнению экспертов, дороговизна облачного терабайта, а он стоит 800–900 долларов (тогда как накопитель такого же объема стоит 150 долларов) – это та проблема, которая разрешится в ближайшие годы. Однако эксперты «IBS» убеждены, что вопрос излишнего копирования данных облачным сервисам необходимо решать уже сегодня.

Высокие темпы роста рынка облачных продуктов и услуг означают существенную трансформацию структуры и объемов спроса со стороны заказчиков, как на новые продукты, так и на традиционную продукцию ИТ-компаний. ИТ-компании будут вынуждены адаптировать свое продуктовое предложение, а также менять модели взаимодействия с заказчиками в рамках реализации инфраструктурных и интеграционных проектов. В том числе это связано с описанными особенностями структуры спроса на облака на российском ИТ-рынке – такой вывод делают эксперты «IBS».

С технической точки зрения, внедрению облачных технологий в России пока что мешает и недостаточная зона покрытия территории всей страны высокоскоростным Интернетом, постоянное подключение к которому является главным условием работы в «облаке». Неудивительно, что порядка 36% респондентов, опрошенных Агентством Облачных Вычислений, указали именно нестабильную работу Интернета как тормозящий фактор на пути внедрения облачных технологий.

Облачный офис уже давно стал реальностью для многих российских организаций. Облачные вычисления выгодны всем: способствуют развитию бизнеса, создают предпосылки для роста ИТ- и телекомрынков, повышают инновационный потенциал государства и уровень информатизации

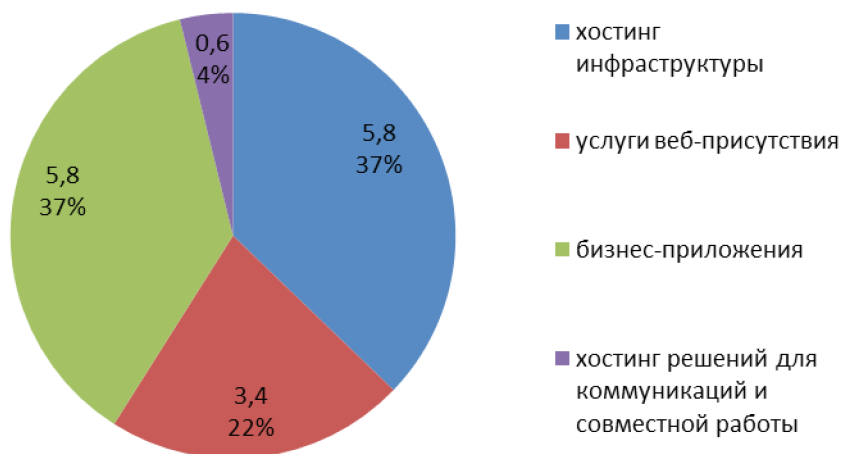
общества. Доля компаний, которые уже внедрили облачные вычисления в свою работу или планируют внедрять, составляет 10-12%. При этом внедрение «облаков» активнее идет в столицах, чем в регионах.

Основной сегмент российских потребителей «облаков» – это крупные предприятия, они составляют до 80%. Однако, исследование, инициированное в 2011 г. компанией «Microsoft», показало, что 52% владельцев малого и среднего бизнеса (МСБ) в России считают, что облако станет основой ИТ-инфраструктуры их компаний в ближайшем будущем. Продуктивность собственного бизнеса после «пробы» облака отметили 59% руководителей. Еще 57% «попробовавших» заметили экономию денег. О том, что благодаря облаку их компании стали более инновационными, заявили 24% опрошенных.

Применение облачных сервисов в МСБ стало одним из трендов 2012 года. Согласно исследованию компании «Parallels» (*parallels.com*), объем этого рынка в 2012 г. составил 15,6 млрд рублей или \$466 млн. Структура рынка представлена на рис. 5.11.

По прогнозам Parallels, в ближайшие три года средний темп роста российского рынка облачных сервисов для МСБ составит 34% и к 2015 г. достигнет \$1,1 млрд. Среди облачных сервисов, пользующихся популярностью в сфере МСБ, находятся: бизнес-почта – 15% компаний, бизнес-аналитика – 15%, специфические бизнес-приложения – 14%, архивирование данных – 13%. Разумный максимум, который готовы платить компании МСБ за облачные сервисы, составляет 30-60 руб./мес. за пользователя, что примерно в 4 раза меньше минимальной суммы, которую в среднем просят за свои услуги провайдеры облачных решений. Стоимость обслуживания, конечно, сильно зависит от функционального содержания сервиса и тарифного плана. Например, расценки компании «СКБ Контур» (*kontur.ru*), которая заслуженно пользуется репутацией лидера облачного рынка, колеблются от 500 до 2000 руб./мес. (для системы «Эльба» и «Контур-Экстерн» для индивидуальных предпринимателей).

Рисунок 5.11 Структура российского рынка облачных услуг для среднего и малого бизнеса в 2012 г., млрд рублей



Источник: Parallels

В мировых масштабах российский рынок облачных услуг оценивается от нескольких долей до 2% в зависимости от сектора услуг и методики исследования. По внедрению облачных технологий в бизнес Россия находится пока на достаточно скромном 34-м месте в мире. По данным аналитического исследования «Orange Business Services» (*orange-business.com*) в России наибольший интерес заказчики будут проявлять к решениям IaaS и SaaS. Согласно прогнозу, средний ежегодный рост этих сегментов рынка составит около 40% и 50% соответственно, они по-прежнему будут доминировать на рынке. В общей сложности доля облачных сервисов и связанных с ними сопутствующих услуг достигнет 13% от рынка ИТ-услуг России. Ускоренному развитию облачных технологий будет способствовать появление целого класса мобильных устройств, готовых к использованию облачных сервисов, – нетбуков,

планшетов и коммуникаторов, которые получили широкое распространение среди российских пользователей в последнее время. Однако, тормозом для продвижения «облаков» на российском рынке остается дефицит кадров – IT-специалистов с широким кругозором.

5.4. Экономические аспекты Интернет-бизнеса

По оценкам исследовательской фирмы «IDC», (www.idcrussia.ru), опубликованным в отчете «Russia Vertical Markets 2012-2016 IT Spending Forecast», ИТ-рынок России в 2011 г. превысил \$32,1 млрд и продолжил рост. При этом 39,6% рынка приходятся на домашних пользователей. В корпоративной России основные отрасли-потребители: телекоммуникационная, транспортная, энергетическая. IDC прогнозирует на период 2012-2016 гг. в России устойчивый рост затрат на ИТ – ежегодно в среднем на 8%, что составит \$47,3 млрд в 2016 г.

Ежегодный рейтинг 30 крупнейших компаний Рунета составляет журнал «Forbes» (www.forbes.ru). Компании в рейтинге проранжированы по выручке за 2012 год. Так как большинство участников рейтинга – непубличные компании, то оценка выручки проводилась методом опроса менеджмента и акционеров компаний, конкурентов и аналитиков. Использовалась также информация, представленная в «Системе профессионального анализа рынков и компаний» (СПАРК) агентства «Интерфакс». В рейтинг не включены b2b-компании («Бегун» и пр.), российские филиалы международных компаний («Google» и пр.), компании, которым Интернет принес менее половины выручки («Связной» и пр.), а также банки («Тинькофф Кредитные Системы» и пр.). Первая десятка рейтинга-2012 представлена в табл. 5.2. Совокупная выручка всех 30 участников рейтинга превысила \$5 млрд

Таблица 5.2. Рейтинг крупнейших компаний Рунета за 2012 г.

№№ п/п	Компания	Выручка за 2012 год	Год основания	Число сотрудников
1	Яндекс (www.yandex.ru)	\$925 млн	2000	3500
2	Mail.ru Group (mail.ru)	\$745 млн	2005	3061
3	Утконос (www.utkonos.ru)	\$300 млн	2000	5000
4	Wildberries (www.wildberries.ru)	\$290 млн	2004	2200
5	Ozon (www.ozon.ru)	\$270 млн	1998	2000
6	Холодильник.py (www.holodilnik.ru)	\$262 млн	2003	748
7	KupiVIP (www.kupivip.ru)	\$256 млн	2008	1100
8	РБК (www.rbc.ru)	\$186 млн	1993	2570
9	Biglion (www.biglion.ru)	\$175 млн	2010	1200
10	ВКонтакте (vk.com)	\$150 млн	2006	200

Источник: Forbes

Интернет-компании в своем большинстве являются закрытыми, но некоторые из них котируются на биржах и выглядят там неплохо. Так на ММВБ акции «Mail.ru» и «Яндекс» наряду с сотовыми операторами МТС и «Вымпелком» (они же и крупные Интернет-провайдеры) признаны самыми быстрорастущими в 2012 г. Рост акций «Mail.ru» за декабрь 2012 г. и за весь год составил соответственно 5,6% и 47,24%, а рост акций «Yandex» – 6,6% и 24,99%.

В масштабном исследовании «Экономика Рунета», проведенном РАЭК (raec.ru) и ВШЭ (www.hse.ru), объем рынка Рунета в 2011 г. оценен в 553,79 млрд рублей, что составляет порядка 1% ВВП России. Эксперты прогнозируют, что по итогам текущего 2012 г. объем российского Интернет-рынка вырастет на 30%. Структура Интернет-рынка Рунет по секторам представлена в табл. 5.3.

Таблица 5.3. Структура российского Интернет-рынка по секторам

Сектор	Оборот, млрд рублей	Доля, %
Ритейл	309,4	55,85
Электронные платежи	166,7	30,10
Контекстная реклама	24,24	4,38
Медийная реклама	15,83	2,86
Веб-разработки	9,83	1,78
Поисковая оптимизация	8,56	1,55
Электронный контент и игры	8,24	1,49
Хостинг и регистрация доменов	5,32	0,96
Маркетинг в социальных сетях	2,98	0,54
Программное обеспечение	1,89	0,34
Видеореклама	0,8	0,15

Источник: РАЭК, ВШЭ

6. Интернет и государство

6.1. Интернет и национальная экономика

Рост Интернет-экономики в России зависит от пяти факторов: законодательства, инфраструктуры доступа в Интернет, кадров, электронной коммерции и открытых данных, считают эксперты РАЭК (Конференция «Итоги года Рунет 2012: переломный момент», Москва, 18 декабря 2012 г.). Согласно прогнозу аналитиков РАЭК, стимулирование развития Интернета в России по этим направлениям может привести в течение двух-трех лет к увеличению объема Интернет-экономики в ВВП России с 1% до 2-3%.

Интернет-экономика в России выросла в 2011 г. на 33%. Такие данные представили Высшая школа экономики и РАЭК. К Интернет-экономике относят, например, электронные платежи, покупки в Интернете, рекламу в социальных сетях, разработку сайтов. Однако, несмотря на хорошие темпы роста, доля Интернет-экономики в общем ВВП России остается незначительной. Примерно такие же показатели у ЮАР, а в Великобритании – около 8%. Оборот Рунета в 2011 г. составил 553,79 млрд рублей. Были исследованы три больших сегмента: онлайн-ритейл (309,4 млрд руб.), электронные платежи (166,7 млрд руб.) и продажи электронного контента (8,24 млрд руб.). Ожидается, что в 2012 г. экономика Рунета вырастет на 30%, что заметно превышает средние показатели роста российской экономики в целом.

В рамках исследования были отмечены основные тенденции развития Рунета. Среди них – выход многих компаний за пределы РФ и стран СНГ, активный переход офлайна в Интернет, консолидация участников рынка и успешные попытки саморегулирования в пределах отрасли. Согласно мнению аналитиков, по многим показателям российский Интернет-рынок уверенно занимает первое место в Европе.

По мнению компании «Google» Рунет на сегодняшний день входит в пятерку наиболее перспективных Интернет-рынков. Однако пока российским компаниям малого и среднего бизнеса далеко до их западных коллег по уровню прибыльности.

Наибольшая доля ВВП по оценке экспертов в настоящее время приходится на сектор электронной коммерции. Далее следуют: сектор электронных платежей, продажи электронного контента и игр. Достаточно высоки темпы развития Интернет-рекламы. Объемы сектора веб-разработок и услуг программного обеспечения в настоящее время относительно невелики.

По мнению представителей онлайн-магазинов, у этого бизнеса есть хорошие перспективы. По их данным, в России 52-55 млн пользователей Интернета, что больше, чем в Германии или Франции,

но меньше 50% от населения нашей страны, и только 20% российских пользователей делают покупки в Сети. При этом развитие данного вида коммерции идет быстрыми темпами – 28-30% в год, и эта тенденция сохранится в 2012 г.

Согласно данным исследователей, рынок электронных контентов и сервисов вырастет в 2012 г. на 30%. Это более чем в три раза превышает ожидаемый номинальный рост ВВП России. Темпы роста в отдельных секторах Рунета сохраняются в среднем на уровне 2011 г.

По оценкам компании «Fast Lane Ventures» (www.fastlaneventures.ru), в 2011 г. объем инвестиций в компании Рунета на ранних стадиях составил 537 млн долларов, а по итогам 2012 г. эта цифра может быть втрое больше. Иностранные инвесторы пока неохотно вкладывают в компании Рунет из-за недостаточной прозрачности этого рынка.

В 2012 г. в России начинает развиваться рынок мобильных госуслуг. В Москве с помощью телефона можно найти свободную парковку, оплатить штрафы в ГАИ, пожаловаться столичным властям посредством «мобильной приемной» и др. Учитывая стремительный рост проникновения смартфонов и рынка мобильных приложений в России, обеспечение открытости данных может существенно способствовать развитию инновационной экономики.

При этом ключевым условием стимулирования инноваций остается совершенствование государственного регулирования, которое поддерживало бы рынок и не создавало барьеров для свободных Интернет-платформ. За последний год появилось несколько законодательных инициатив, угрожающих развитию Интернета (SOPA и PIPA в США, положения «закона о черных списках» в России). Такие инициативы могут привести к нарушению работы Интернета как целостной системы, ограничению доступа к легальным ресурсам, в том числе к тем, где осуществляется основной объем деятельности в российской Интернет-экономике: электронной коммерции, Интернет-рекламе, хостингах, банковских транзакциях и пр.

По мнению специалистов РАЭК, стремительно развивающуюся Интернет-экономику в России призван поддержать гибкий подход к регулированию Интернета. Основной тенденцией развития Интернет-экономики является рост числа Интернет-пользователей, активно осуществляющих покупки в Сети. Главным образом это связано с глубиной проникновения такой формы торговли в регионы. В настоящее время Интернет-торговля активно развивается в Москве, Московской области и Санкт-Петербурге.

6.2. Электронное правительство

Проект «Электронное правительство» (ЭП) является частью Федеральной целевой программы «Информационное общество (2011-2020 годы)» и призван обеспечить с помощью информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) права граждан и организаций на доступ к государственным услугам, к информации о структуре и функциях органов власти и государственных учреждений. Кроме того, целью проекта является реализация возможностей влияния граждан на деятельность государственных структур и общественного контроля над работой органов власти.

За первый год реализации программы по проекту ЭП создана инфраструктура для оказания госуслуг в электронном виде: система идентификации и аутентификации (проверка электронной цифровой подписи), центры телефонного обслуживания, система межведомственного электронного взаимодействия (СМЭВ), мобильные приложения для работы с услугами и платежные сервисы для их оплаты. В то же время некоторых целевых показателей по развитию электронных госуслуг достичь не удалось, в частности, в 2011 г. доля услуг, оказываемых в электронном виде, в общем количестве федеральных госуслуг составила только 26,6% (против плановых 39%). В качестве причин невыполнения плана были названы постоянные изменения перечня федеральных государственных услуг в соответствии с изменением нормативно-правовой базы, неприоритетность перехода на предоставление госуслуг в электронном виде в деятельности федеральных органов исполнительной власти (ФОИВ) и зависимость данного направления от объема бюджетных ассигнований. Однако 2012 год должен был, по мнению Минкомсвязи России, изменить ситуацию. Насколько оправдались надежды?

Единственным исполнителем по проекту ЭП в России остается ОАО «Ростелеком» (www.rt.ru). В марте 2012 г. Правительство РФ продлило полномочия компании до 2014 г. Оператор, обладающий самой масштабной в стране проводной сетью, открывает дата-центры, занимается подключением регионов к СМЭВ, продает программное обеспечение для организации электронных госуслуг, разрабатывает облачные сервисы.

Одним из ключевых элементов ЭП России является Единый портал государственных услуг «Gosuslugi.ru» (www.gosuslugi.ru). Он обеспечивает единую точку доступа к получению государственных и муниципальных услуг через Интернет. В 2012 г. развитие портала госуслуг шло рекордными темпами. По данным Ростелекома, в 5 раз по сравнению с предыдущим годом выросло количество пользователей портала (общее число зарегистрированных пользователей портала превысило 15 млн человек), в 4 раза увеличилось число электронных услуг (сейчас их уже около 4 тысяч); в 3 раза – количество информационных госуслуг (сейчас их 75 тысяч); за год зарегистрировалось 3 млн человек (число личных кабинетов достигло 4 млн). Ежемесячно портал посещает 1,5 млн человек. Количество услуг, заказанных через портал за время с начала его работы, превысило 15 млн. Был обновлен дизайн портала, более удобной и понятной стала навигация. Появились такие технические дополнения, как версия для слабовидящих, интеграция с социальными сетями и версии на английском, немецком и французском языках. Выпущены приложения портала для мобильных устройств с операционными системами «Apple iOS», «Android», «Windows Phone» и «Windows 8», которыми воспользовались уже почти 500 тысяч человек. Во второй половине 2012 г. на портале началась реализация социально значимых сервисов. В числе первых были запущены оплата услуг ЖКХ и запись на прием к врачу с упрощенной системой регистрации (по ФИО и адресу электронной почты). Система подключения к portalу госуслуг поставщиков, банков и систем электронных платежей является открытой и недискриминационной.

Список наиболее востребованных в России на сегодняшний день среди граждан электронных госуслуг приведен в табл. 6.1. Наиболее быстрорастущей электронной услугой является предоставление информации по исполнительным производствам в отношении физических и юридических лиц (ответственный за предоставление этой госуслуги орган – Федеральная служба судебных приставов). Запущена она была в ноябре 2011 г., а число запросов на оказание услуги только с мая по октябрь 2012 г. выросло на 94% – почти до 181 тысяч. Наиболее популярной электронной госуслугой по числу запросов на начало октября, как и полгода назад, является предоставление сведений об административных правонарушениях в области дорожного движения. С момента ее запуска в августе 2010 г. услугой воспользовались 2,85 млн раз. При этом по состоянию на начало мая 2012 г. число таких запросов было на 75% меньше.

Таблица 6.1. Наиболее популярные госуслуги, предоставляемые физическим лицам в электронном виде на портале gosuslugi.ru (октябрь 2012 г.)

№ п/п	Наименование услуги	Кол-во запросов за все время действия услуги
1	Предоставление сведений об административных право-нарушениях в области дорожного движения	2 848 264
2	Оформление и выдача паспортов гражданина РФ, удосто-веряющих личность гражданина РФ за пределами терри-тории РФ, содержащих электронные носители информации	1 900 309
3	Информирование застрахованных лиц о состоянии их индивидуальных лицевых счетов в системе обязательного пенсионного страхования	1 700 653
4	Предоставление информации о налоговой задолженности физического лица	1 080 480
5	Оформление и выдача паспортов гражданина РФ, удостоверяющих личность гражданина РФ за пределами территории РФ	760 997

№ п/п	Наименование услуги	Кол-во запросов за все время действия услуги
6	Государственная регистрация автотранспортных средств и прицепов к ним	275 130
7	Предоставление информации по находящимся на исполнении исполнительным производствам в отношении физического и юридического лица	180 925
8	Прием квалификационных экзаменов и выдача водительских удостоверений	156 121
9	Рассмотрение обращений граждан РФ	136 786
10	Прием налоговой декларации по налогу на доходы физических лиц	136 166
11	Информирование граждан о предоставлении государственной социальной помощи в виде набора социальных услуг	132 614
12	Регистрационный учет граждан РФ по месту пребывания и по месту жительства в пределах РФ	95 785

Источник: Минкомсвязи

Российские юридические лица пока не слишком активно пользуются официальным порталом госуслуг. Число запросов по наиболее популярной услуге не превышает нескольких сотен (табл. 6.2).

Таблица 6.2. Число запросов от юридических лиц на получение госуслуг через портал gosuslugi.ru (октябрь 2012 г.)

№ п/п	Ведомство	Наименование услуги	Кол-во заявлений с начала запуска услуги
1	ФДА Минтранс	Выдача специального разрешения на движение по автомобильным дорогам транспортного средства, осуществляющего перевозки тяжеловесных и (или) крупногабаритных грузов	397
2	ФНС	Ведение ЕГРЮЛ и ЕГРИП и предоставление содержащихся в них сведений	260
3	МВД	Государственная регистрация автотранспортных средств и прицепов к ним	68
4	Росалкоголь-регулиро-вание	Лицензирование деятельности в области производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции	48
5	ФНС	Государственная регистрация юридических лиц, физических лиц в качестве индивидуальных предпринимателей и крестьянских хозяйств	25
6	Минкомсвязь	Государственная аккредитация организаций, осуществляющих деятельность в области информационных технологий	25
7	ФССП	Получение справки о ходе исполнительного производства или о наличии / отсутствии исполнительного производства	22
8	ФМС	Оформление и выдача приглашений на въезд в Российскую Федерацию	15
9	Росреестр	Предоставление сведений, внесенных в государственный кадастр недвижимости	14
10	МВД	Выдача юридическому лицу разрешения на ввоз в РФ и вывоз из РФ оружия и патронов	12

Источник: Минкомсвязи

Реализация общедоверального проекта «Электронное правительство» на уровне регионов происходит разными способами и в разные сроки. В субъектах РФ весьма значительную роль в успешности внедрения ЭП играет степень заинтересованности и вовлеченности в проект «первых лиц» региональных органов власти.

Центр прикладной экономики (www.a-econom.com) по заказу электронного журнала «Госменеджмент» (gosman.ru) ежеквартально составляет рейтинг субъектов РФ по уровню внедрения ЭП (таблица 6.3). В нем оценивается возможность получения региональных и муниципальных услуг, предоставляемых субъектом РФ. По состоянию на 1 октября 2012 г. огромный отрыв от других регионов по количеству и качеству предоставления услуг в электронном виде гражданам и юридическим лицам имели пять субъектов Российской Федерации: Нижегородская область, обновившая региональный портал государственных и муниципальных услуг и вернувшая себе первое место, Москва, сохранившая второе место, далее – Санкт-Петербург, Республика Татарстан и Самарская область. В 2012 г. большинство субъектов РФ приостановили размещение региональных и муниципальных услуг на своих порталах, а некоторые – полностью прекратили поддержку региональных порталов. В аутсайдеры попали три республики Северного Кавказа (Ингушетия, Карачаево-Черкессия и Чечня), а также, как ни странно, Московская область.

Таблица 6.3. Рейтинг субъектов Российской Федерации по уровню внедрения электронного правительства (2012 г.)

№ п/п	Субъект федерации	Место по округу			Место по РФ		
		Октябрь	Июль	Апрель	Октябрь	Июль	Апрель
	<i>Центральный ФО</i>						
1	Белгородская область	4	3	3	14	10	10
2	Брянская область	11	17	16	39	78	73
3	Владимирская обл.	13	12	14	58	55	70
4	Воронежская область	9	6	5	36	24	28
5	Ивановская область	14	13	14	61	62	70
6	Калужская область	6	5	4	19	19	17
7	Костромская область	16	14	13	74	64	68
8	Курская область	15	16	11	64	77	60
9	Липецкая область	2	2	2	6	6	8
10	Московская область	18	17	12	80	78	66
11	Орловская область	10	11	9	38	50	50
12	Рязанская область	12	9	17	51	47	76
13	Смоленская область	8	8	8	35	31	44
14	Тамбовская область	3	15	6	10	70	30
15	Тверская область	17	10	18	79	49	77
16	Тульская область	5	4	10	17	14	52
17	Ярославская область	7	7	7	23	29	32
18	г. Москва	1	1	1	2	2	3
	<i>Северо-Западный ФО</i>						
19	Республика Карелия	5	4	3	45	36	43
20	Республика Коми	4	6	5	42	44	49
21	Архангельская обл.	2	3	2	32	29	30
22	Ненецкий АО	10	10	8	71	67	59
23	Вологодская область	11	8	11	76	55	68
24	Калининградская обл.	8	9	7	51	58	58

№ п/п	Субъект федерации	Место по округу			Место по РФ		
		Октябрь	Июль	Апрель	Октябрь	Июль	Апрель
25	Ленинградская обл.	5	5	9	45	41	61
26	Мурманская область	9	7	6	54	53	53
27	Новгородская обл.	3	2	4	37	22	44
28	Псковская область	7	10	10	47	67	62
29	г. Санкт-Петербург	1	1	1	3	1	1
	<i>Южный ФО</i>						
30	Республика Адыгея	6	5	5	78	73	57
31	Респ. Калмыкия	5	6	6	77	76	77
32	Краснодарский край	3	2	1	50	12	5
33	Астраханская область	2	3	4	44	40	51
34	Волгоградская обл.	4	4	3	56	44	37
35	Ростовская область	1	1	2	13	8	6
	<i>Северо-Кавказский ФО</i>						
36	Республика Дагестан	2	3	2	30	58	38
37	Респ. Ингушетия	5	5	7	80	78	83
38	Кабардино-Балкар. Респ.	1	1	1	9	5	7
39	Карачаево-Черкес. Респ.	5	5	6	80	78	82
40	Респ. Сев. Осетия-Алания	4	4	5	74	70	81
41	Чеченская Респ.	5	5	4	80	78	80
42	Ставропольский край	3	2	2	54	48	38
	<i>Приволжский ФО</i>						
43	Респ. Башкортостан	11	13	14	64	67	79
44	Республика Марий Эл	10	14	12	60	73	62
45	Республика Мордовия	6	4	6	16	26	22
46	Республика Татарстан	2	2	2	4	4	4
47	Республика Удмуртия	7	8	10	33	34	53
48	Республика Чувашия	5	6	5	15	31	19
49	Пермский край	4	9	4	11	57	18
50	Кировская область	13	12	13	70	66	65
51	Нижегородская обл.	1	1	1	1	3	2
52	Оренбургская обл.	12	10	11	68	58	55
53	Пензенская область	14	7	7	72	33	23
54	Самарская область	3	3	3	5	7	11
55	Саратовская область	9	11	8	48	61	27
56	Ульяновская область	8	4	9	42	26	33
	<i>Уральский ФО</i>						
57	Курганская область	5	5	5	61	41	47
58	Свердловская обл.	4	4	4	33	39	36
59	Тюменская область	1	2	1	8	11	9
60	Ханты-Мансийский АО	2	1	2	21	9	15
61	Ямало-Ненецкий АО	2	3	3	21	16	24
62	Челябинская область	6	6	6	63	51	74
	<i>Сибирский ФО</i>						
63	Республика Алтай	5	6	5	28	36	28

№ п/п	Субъект федерации	Место по округу			Место по РФ		
		Октябрь	Июль	Апрель	Октябрь	Июль	Апрель
64	Республика Бурятия	3	5	4	19	22	20
65	Республика Тыва	10	12	8	64	78	44
66	Республика Хакасия	4	8	12	26	53	67
67	Алтайский край	10	10	11	64	72	64
68	Забайкальский край	1	1	2	7	13	13
69	Красноярский край	7	3	6	48	18	34
70	Иркутская область	12	11	10	69	75	55
71	Кемеровская область	8	7	7	57	41	42
72	Новосибирская обл.	6	9	9	39	62	47
73	Омская область	2	4	1	12	20	12
74	Томская область	9	2	3	59	15	14
	<i>Дальневосточный ФО</i>						
75	Респ. Саха (Якутия)	3	5	6	25	34	38
76	Камчатский край	7	6	6	39	36	38
77	Приморский край	4	7	5	27	44	34
78	Хабаровский край	5	3	3	28	25	25
79	Амурская область	1	2	4	17	21	26
80	Магаданская область	8	8	9	51	52	75
81	Сахалинская область	6	4	2	30	28	20
82	Еврейская АО	2	1	1	23	17	15
83	Чукотский АО	9	9	8	73	64	70

Источник: Центр прикладной экономики

В Минкомсвязи России в конце 2012 г. состоялось подведение итогов конкурса проектов на право получения федеральных субсидий на развитие ЭП в регионах России. Победителями конкурса стали 22 региона: Ханты-Мансийский автономный округ — Югра; Забайкальский и Ставропольский края; Республики Башкортостан, Карелия, Мордовия, Саха (Якутия), Хакассия, Удмуртская и Чеченская, а также Астраханская, Калининградская, Кемеровская, Курская, Липецкая, Новосибирская, Омская, Орловская, Самарская, Саратовская, Свердловская и Смоленская области. Они разделят между собой общий объем федерального финансирования в размере 670 млн рублей в соответствии с постановлением Правительства от 06.06.2012 № 560, согласно которому субсидии будут предоставляться на условии софинансирования, при этом максимальная сумма, выделяемая отдельному региону из федерального бюджета, не должна превышать 50 млн рублей.

Другим ключевым компонентом электронного взаимодействия в России является Система межведомственного электронного взаимодействия (СМЭВ), обеспечивающая обмен данными между ведомствами и позволяющая гражданам получать госуслуги в режиме «одного окна» без сбора справок, уже имеющихся в других госорганах. На федеральном уровне Система заработала еще в октябре 2011 г., а на региональном должна была заработать с 1 июля 2012 г., но не все регионы успели к этому сроку создать необходимые сервисы. В декабре 2012 г., по данным публичного мониторинга, региональные СМЭВ были готовы на 100% у подавляющего большинства субъектов РФ. Небольшое отставание отмечалось у Чукотки, Хабаровского края и Свердловской области, более значительное – в Омской и Московской областях. В настоящее время к Системе подключены все федеральные органы исполнительной власти РФ, 83 субъекта РФ и более 24 тысяч органов местного самоуправления. Завершен этап тестирования федеральных и региональных сервисов в рамках СМЭВ. ФОИВ предоставляют 110 видов сведений, из которых 24, отнесенных к массовым и социально значимым, составляют 90% от потребности регионов. Основными поставщиками сведений являются

Росреестр (64% от общего количества запросов), а также ФНС, Пенсионный фонд и ФМС. В конце 2012 г., по данным Ростелекома, суммарное количество запросов в СМЭВ достигло 500 млн, что почти в 35 раз больше, чем в конце 2011 г. Доля услуг, по которым делаются межведомственные запросы, пока низкая, но число запросов ежемесячно увеличивается на 30% и в декабре составило более 6,5 млн. Полномасштабная эксплуатация СМЭВ начнется в январе 2013 г.

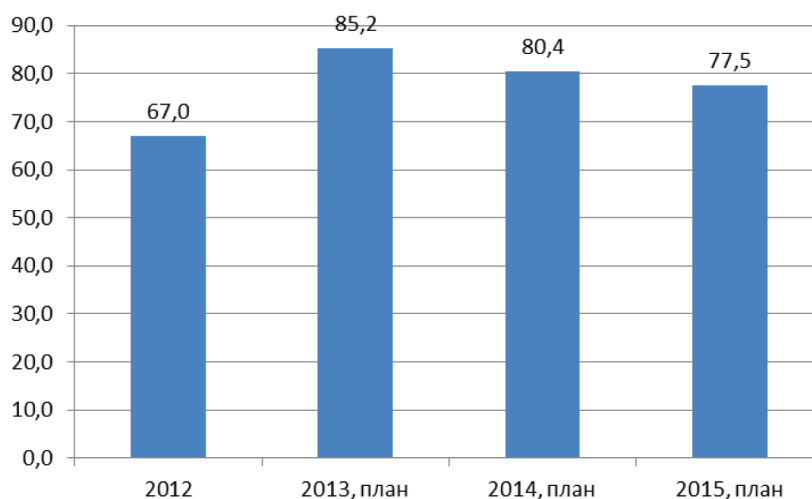
Элементами, дополняющими функционирование ЭП, в будущем должны стать:

- универсальная электронная карта (УЭК) – уникальный проект, который в 2013-2014 гг. должен охватить всю Россию. УЭК заменит собой некоторые документы, транспортные и банковские карты, будет служить ключом для доступа к portalу госуслуг, к ней будет привязана электронная подпись;
- государственная электронная почта, создаваемая в дополнение к механизму идентификации, применяемому в сервисах ЭП, и предназначенная «исключительно для общения граждан с государством» при обсуждении законодательных инициатив в Интернете. Ее разработка была осуществлена в 2011 г., а в 2012 г. проходило тестирование.

В 2012 г. ИКТ-расходы ведомств в федеральном бюджете были выделены отдельной строкой с номером 242, что дает возможность иметь представление о средствах, которые государство тратит на информатизацию. В ближайшие три года общая сумма таких расходов превысит 243 млрд рублей, что на 30% выше запланированного год назад при формировании бюджета (рис. 6.1). Рост расходов на ИКТ обуславливается тенденцией лучшего понимания ведомствами задач автоматизации госуслуг и функций, которая может существенно повысить качество и эффективность их выполнения. Безусловно, стимулом для проведения ведомствами мероприятий по информатизации являются проекты по развитию Электронного правительства (СМЭВ, электронные услуги и др.).

За последний год Россия значительно поднялась в международном рейтинге развития электронного правительства: с 59 на 27 место. Однако, по показателям других международных рейтингов, например, оценивающих конкурентоспособность страны, эффективность госуправления, деловую активность и т.д., значительных изменений не наблюдается. Таким образом, прямой связи между развитием в нашей стране Электронного правительства и улучшением уровня жизни в других областях нет. Тормозит развитие ЭП отсутствие эффективных каналов коммуникаций, широкого доступа к Интернету и услугам мобильной связи.

Рисунок 6.1. Расходы федеральных ведомств на информатизацию, млрд рублей (2012-2015 гг.)



Источник: Минкомсвязи

6.3. Гражданское общество

Принято считать, что Интернет и «гражданское общество» принадлежат к числу понятий, которые были открыты и стали очень популярны совсем недавно. Главным образом это связано с тем, что развитие сети Интернет ассоциируется с автоматическим и необратимым процессом демократизации любого

общества. Оценивая роль Рунета в становлении гражданского общества, эксперт международного экспертного общества ИА «РЕХ Марк Сандомирский» (www.iarex.ru) отмечает: «Интернет сегодня становится важнейшим политическим инструментом борьбы «за умы и сердца». Однако, несмотря на бурную деятельность граждански активной части общества в сети, реальный результат, в отличие от виртуального пиара, на самом деле оказывается противоположным ожидаемому». «В том нездоровом обществе, в котором мы с вами живем, сегодня происходит поляризация, углубление противоречий между стареющим пассивно-лояльным большинством и молодым радикальным меньшинством. Да, последнее более активно в Интернет, где оно создает видимость большинства – и это заставляет реальное, офлайновое большинство «просыпаться» и демонстрировать свою лояльность», – делает вывод социальный психолог.

В июле 2012 г. в Рунете начал работу портал гражданской активности «Я – гражданин» (www.yagrazhdanin.ru), позиционирующий себя как социальную сеть нового поколения, объединяющую людей с разными взглядами и позициями. Участие в формировании гражданского общества является приоритетной задачей портала «Я – гражданин». Для этого при непосредственной поддержке проекта планируется реализация общественных инициатив, направленных на решение социальных задач разного уровня. Такая деятельность создает благоприятные условия для развития гармоничных отношений между гражданским обществом и властью.

Свобода мнений, убеждений и свобода их выражения являются неперенными условиями формирования гражданского общества. Портал гражданской активности «Я – гражданин» позволяет на практике реализовать право свободно выражать свои мысли, взгляды и убеждения. Особое значение придается проведению круглых столов, посвященных вопросам выработки форм и механизмов эффективного взаимодействия между общественными и государственными институтами. С точки зрения гражданского общества, объектами конструктивной критики могут стать как профессиональные политики, так и государственные учреждения, в том числе, наделенные властными функциями и полномочиями. Широкая общественная дискуссия, основанная на открытом и заинтересованном обмене мнениями и информацией, позволяет выявить полный спектр взглядов активной части общества, определить наиболее перспективные пути достижения цели и найти решение, которое максимально удовлетворило бы все стороны, а, главное, отвечало действительным потребностям общества.

«Я – гражданин» совмещает в себе средство массовой информации и социальную сеть. В качестве СМИ «Я – гражданин» позволяет пользователям портала получать актуальную информацию и быть в курсе последних событий, получать компетентный анализ происходящего. Как социальная сеть, «Я – гражданин» ставит перед собой задачу объединения активных граждан независимо от их политических взглядов и убеждений для совместного участия в выработке социальных инициатив и контроля их последующей реализации.

По мнению политолога, президента «Центра системного анализа и прогнозирования» Ростислава Ищенко, «любое расширение доступа к информации приводит к определенной инфантилизации общества. Интернет любого безграмотного графомана делает писателем, любого бездаря аналитиком и любого сетевого хомячка политическим деятелем. Уровень профессионализма пишущей части общества, претендующей на власть над умами, и далее снижается, но зато плодотворные недопрофессионалами недоидеи получают широчайшую аудиторию и живой отклик недоученных индивидуумов, у которых простые, как угол дома мысли легко укладываются в пустую черепную коробку среднего гражданина».

Обобщая информацию о гражданском обществе в Интернете как сколе общества в целом, можно сделать следующие выводы. Поскольку не существует гражданского общества в стране, его нет и в Интернете. Комментарии к каким-либо событиям, присутствующие в Интернет, зачастую поражают уровнем осознания и понимания материалов. Портал «Я – гражданин» больше напоминает добротную газету советских времен, чем инструмент формирования гражданского общества. Выразить свою гражданскую позицию пользователи Интернета имеют возможность только в блогах (Живой Журнал и т.п.).

7. Цифровой контент

7.1. Интернет-телевидение

В сентябре 2012 г. в Амстердаме в рамках выставки IBC прошла традиционная «русская» секция конференции, посвященная развитию телевидения в новых средах. На ней было отмечено, что на современном телевизионном рынке России происходят существенные изменения. Появляется все большее число локальных или специальных нишевых телеканалов, которые наряду с ведущими федеральными, включаются в конкурентную борьбу за зрителя, прежде всего за молодежь. Новые медиа возникают в результате взаимодействия телевидения и Интернета, информации социальных сетей и новостных агентств, живого вещания и видео по запросу. Их успешное развитие связано с новыми технологиями и зависит от качественного контента и удобного пользовательского интерфейса.

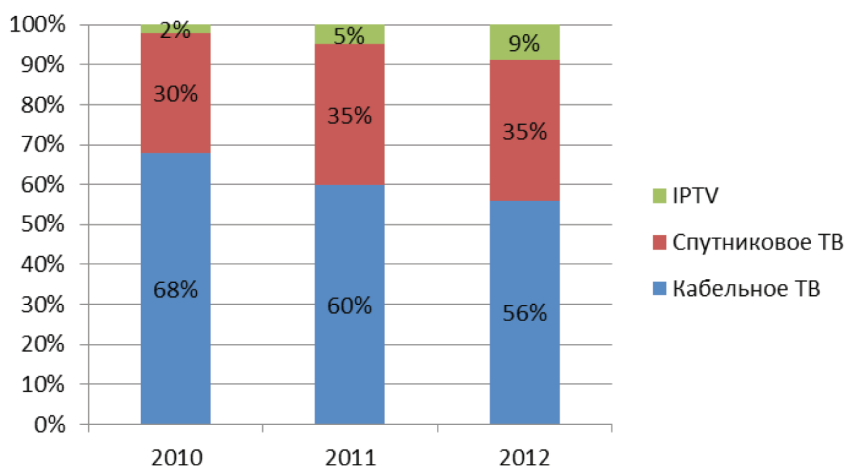
Интернет-телевидение, возникшее примерно восемь лет назад, стало реальным, когда всемирная паутина получила возможность обрабатывать большие объемы Интернет-потока, достаточных для просмотра видеоконтента онлайн. Такая технология стала доступна широкому кругу рядовых пользователей только в XXI веке.

На сегодняшний день самой современной технологией передачи телевизионного сигнала является IP-телевидение (IPTV) – цифровое интерактивное телевидение, осуществляющее передачу данных в закрытых сетях по IP-протоколу. Эта технология развивается наиболее динамично на российском рынке платного ТВ. По оценкам агентства «iKS-Consulting», по итогам 2012 г. абонентская база IPTV показала наибольший скачок роста по сравнению с прошлым годом (на 73%), при этом сегмент кабельного телевидения вырос только на 5%, спутникового телевидения – на 19%, а число пользователей IPTV составило 2,7 млн абонентов.

Согласно данным Информационно-аналитического агентства «TelecomDaily», российский рынок платного ТВ к концу 2012 г. насчитывал 30,5 млн домохозяйств (ДХ), подключенных к технологиям кабельного, спутникового и IP-телевидения; уровень проникновения сервиса в среднем по стране составил 56%, а объем рынка – 47,5 млрд рублей. Несмотря на то, что наиболее популярным у россиян по-прежнему остается кабельное телевидение, доля IPTV продолжает расти (рис. 7.1), чему в немалой степени способствует развитие услуги ШПД к Интернету.

Основным трендом развития платного ТВ в 2012 г. стал рост доли цифрового вещания за счет развития IPTV и цифровизации уже построенных аналоговых сетей. Пока только IP-телевидение позволяет обычному российскому жителю получить все преимущества цифрового телевидения: изображение высокого качества, стереозвук, высокая защита от помех, возможность выбора телеканалов, доступ к каталогу «видео по запросу», интерактивные приложения и другие сервисы, которые позволяет реализовывать технология IPTV.

Рисунок 7.1. Структура российского рынка платного ТВ по технологиям (2010-2012 гг.)



Источник: TelecomDaily

Среди крупнейших операторов российского рынка платного ТВ (табл. 7.1) только три компании предоставляют услуги IPTV: ОАО «Ростелеком» («Интерактивное ТВ»), ОАО «Вымпелком» («Билайн ТВ») и ОАО «Мобильные ТелеСистемы» («Персональное ТВ»). Они являются лидерами отечественного рынка IP-телевидения (рис. 7.2). Наиболее стремительными темпами растет абонентская IPTV-база у «Вымпелкома» и «Ростелекома», которые активно продвигаются по городам России, предлагая различные выгодные акции.

Подписчики IPTV «Ростелекома» имеют возможность пользоваться услугой не только с помощью обычной ТВ-приставки, но и через медиа-портал «Zabava.ru». Как отмечают в компании, существенным преимуществом «Интерактивного ТВ» является широкий спектр дополнительных интерактивных сервисов: запись телеэфира, возможность поставить трансляцию на паузу, функция перемотки, видеопрокат, архив передач. Свой проект IPTV «Ростелеком» наиболее активно продвигает в регионах, например, в Красноярске оператор занимает 30% рынка, в Свердловской области услуга «Интерактивное ТВ» доступна в 65% населенных пунктов, в Челябинской области – в 50%.

Таблица 7.1. Крупнейшие игроки на российском рынке платного ТВ (2012 г.)

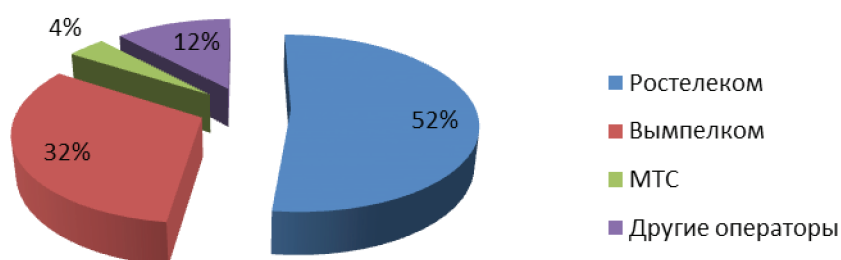
№	Компания	Технология доступа	Число абонентов (млн ДХ)	Прирост абонентов (% к 2011 г.)	Доход от одного абонента (руб./мес.)
1	«Национальная спутниковая компания» («Триколор ТВ»)	спутник	8,79	+17%	50
2	«Ростелеком» (с учетом НКС)	Docsis*, IPTV	6,6**	+11%	280–300
3	МТС («Комстар»)	IPTV, Docsis	2,99	-1%	250–330
4	«ЭР-Телеком Холдинг»	кабельное ТВ	2,34	+34%	180–200
5	«Акадо»	Docsis	1,1	+1%	450
6	«Орион Экспресс»	спутник	1,05	+84%	100–150
7	«Вымпелком» («Билайн»)	IPTV	0,86	+33%	300
8	«НТВ-Плюс»	спутник	0,66	+1%	600

*Docsis — устаревающий стандарт передачи данных по коаксиальному (телевизионному) кабелю

** в т.ч. абонентов IPTV – около 1,4 млн

Источник: данные компаний

Рисунок 7.2. Структура российского рынка IPTV по операторам (2012 г.)



Источник: iKS Consulting

ОАО «Вымпелком» в феврале 2012 г. запустил бесплатный сервис, позволяющий всем пользователям вне зависимости от Интернет-провайдера, смотреть популярные телеканалы на сайте *smotri.beeline.ru*. В настоящее время в рамках сервиса вещают более 20 каналов, среди которых «Дождь», «ЮморВox», «RU.TV» и др. Кроме того, «Вымпелком» работает над расширением спектра устройств, обеспечивающих доступ к просмотру ТВ, в первую очередь на платформах «iOS» и «Android». В компании считают, что с помощью IPTV можно переманить абонентов домашнего Интернет от других операторов, тем более что пакетное предложение (Интернет+ТВ) стоит дешевле. Большое внимание при этом уделяется не только расширению ассортимента каналов и библиотеки видео по запросу, но и развитию HD-контента, который становится все более востребованным.

МТС развивает IPTV-услуги только в Москве, где в апреле 2012 г. запустила модель индивидуального пакетирования IPTV-каналов, которая позволяет пользователям самостоятельно формировать список телеканалов. В регионах оператор развивает цифровое телевидение на основе технологии DVB-C, которая сравнима по функционалу с IPTV и позволяет пользователям получить доступ к HD-контенту и интерактивным сервисам. Цифровой сигнал запущен в 150 городах, клиентам МТС доступны 118 телеканалов: базовый пакет и шесть специальных тематических телепакетов.

Ожидая дальнейшего роста рынка IPTV и делая акцент на интерактивность сервисов, все больше провайдеров стараются занять нишу в сегменте IPTV. Например, «ЭР-Телеком» перешел на гибридную платформу цифрового ТВ – DVB-C/IPTV, а компанией «НТВ-Плюс» разработано решение, сочетающее спутниковое вещание с IPTV, которое она предлагает на правах партнерства региональным IPTV-операторам, первым из которых весной 2012 г. стал смоленский Интернет-провайдер «СитиКом».

Объем отечественного рынка IPTV оценивается в 2 млрд рублей. На фоне растущей конкуренции за год (с середины 2011 г. до середины 2012 г.) у российских IPTV-операторов ARPU (средний доход с одного абонента) снизился на 26%, но остается самым высоким по сравнению с другими сегментами рынка платного ТВ (табл. 7.2).

Таблица 7.2. ARPU на российском рынке платного ТВ (1-е полугодие 2012 г.)

Сегмент рынка	Доход с одного абонента (руб./мес.)
Кабельное ТВ	149
Спутниковое ТВ	124
IPTV	164
<i>В среднем по рынку</i>	<i>143</i>

Источник: TelecomDaily

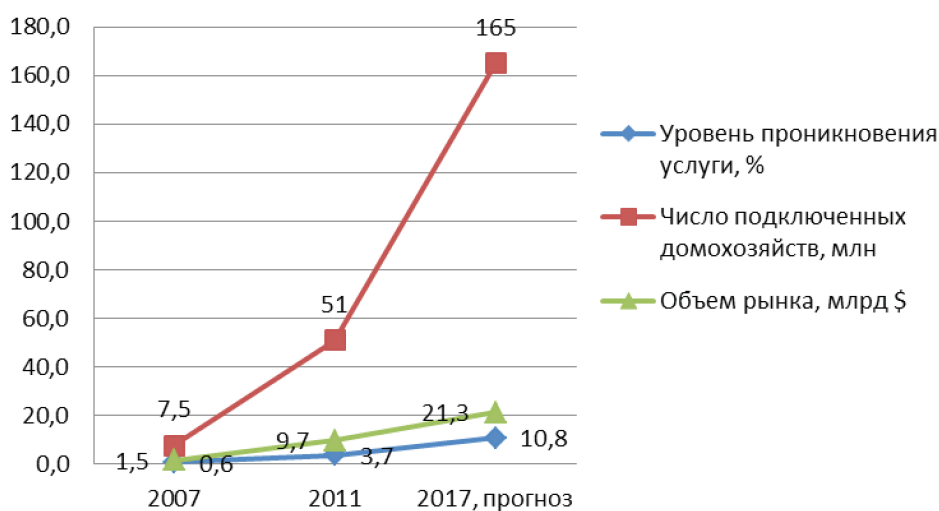
Как отмечают эксперты, российский рынок IPTV вышел из состояния стартапа: сформировалось предложение услуг и сопутствующего оборудования, формируется и постепенно растет спрос. Но для полного его оформления потребуются еще несколько лет. IPTV будет постепенно вытеснять с рынка менее технологичные альтернативы – аналоговое эфирное и кабельное вещание, а также цифровое кабельное ТВ. В ближайшие годы можно рассчитывать на стабильный рост спроса на IPTV в городах, охваченных сетями FTTx. Как технологическое решение и модель услуги IPTV имеет ряд весомых преимуществ: возможность сочетать интерактивный и неинтерактивный контент, выбирать между просмотром на компьютере и на экране телевизора. Кроме того, уже сейчас IPTV позволяет вещать высококачественный контент даже в тех регионах, где обеспечить доступ в Интернет на скорости в десятки мегабит пока невозможно.

Несмотря на бурное развитие IP-телевидения в России, оно остается нишевым продуктом. По мнению экспертов, к факторам, тормозящим это развитие, относятся: невысокий уровень проникновения ШПД в регионах, распространенность нелицензионного (бесплатного) контента, наличие четкого разделения на производителей телевизионного контента и контент-провайдеров,

относительно высокая цена «входа» для пользователей (необходимость приобретения ТВ-приставки, высокая стоимость качественного контента). Массовым IPTV может стать в двух случаях: либо когда все приобретут FullHD-телевизоры, либо когда везде будет проложен ШПД к Интернету. Сейчас далеко не все домохозяйства России обеспечены соответствующей техникой, не во все дома можно протянуть оптоволокно. Рост абонентов, которые приобретают IPTV, – это, скорее, тенденция, характерная для больших городов.

Аналитическая фирма «Digital TV Research» (www.digitaltvresearch.com) опубликовала отчет исследования развития мирового рынка IPTV (рис. 7.3).

Рисунок 7.3. Развитие рынка IPTV в мире



Источник: Digital TV Research

Согласно ее прогнозам, Россия к 2017 г. по объему рынка (\$817 млн) и числу пользователей (6,536 млн ДХ) поднимется на пятое место в мире. Сегодня лидером мирового рынка являются США, но к 2017 г. по числу ДХ, подключенных к услуге IPTV, страна переместится на 2-е место (14,38 млн), уступив лидерство Китаю (более 77 млн), хотя и сохранит первенство по объему рынка в денежном выражении (около \$7 млрд).

На основе анализа опыта зарубежных стран аналитики «iKS Consulting» делают выводы об эволюции в развитии технологий телевидения, которая должна произойти к 2020 г., прогнозируя стремительный рост ОТТ-сервисов. Тогда зритель будет использовать телевизор почти как компьютер, кликая на экране ТВ по «иконкам» заинтересовавших его программ и пользуясь облачными сервисами, которые сегодня в компьютерной среде получают все большее распространение.

Правда, в России услуги ОТТ пока не сформировали отдельного рынка, но появляются гибридные решения IPTV/ОТТ. Например, такой проект в 2012 г. реализован компанией «Нетрис» для оператора из Якутии (Республика Саха). В настоящее время ОТТ-сервис тестируется «Мегафоном», а в 2013 г. запустить ОТТ обещает «Билайн». Новая технология доставки видеосервисов через неуправляемую сеть Интернет на различные пользовательские терминалы (телевизоры «Smart TV», приставки, персональные и планшетные компьютеры, мобильные телефоны) позволит реализовать принцип телевидения нового формата «Смотри что хочешь, когда хочешь и где хочешь».

7.2. Сетевые СМИ

Главной тенденцией 2012 г. в развитии сетевых СМИ стало их существование на фоне принятия Федерального закона «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию».

Руководство Роскомнадзора на совещании с представителями сетевых и печатных средств массовой информации, прошедшем 29 августа 2012 г. обсудило подходы к принципам маркирования информационной продукции в соответствии с требованиями данного закона, который вступил в силу

с 1 сентября 2012 г. и обязывает правообладателей информационного продукта маркировать контент по возрастному критерию.

Позицию Роскомнадзора сообщил руководитель службы. По словам А.А. Жарова, у средств массовой информации было полтора года для того, чтобы подготовиться к вступлению в силу закона, поэтому выход в свет после 1 сентября 2012 г. изданий без маркировки неприемлем. Глава ведомства напомнил, что обязательной маркировке подлежат распространяемые в сетевых и печатных средствах массовой информации информационные продукты, имеющие ограничения для читателей (категории 12+, 16+ и 18+). Первый месяц действия закона Роскомнадзор рассматривал в качестве коррекционного периода.

Руководство Роскомнадзора не исключает перспектив обращения к законодателям с предложениями о внесении дополнений и изменений в закон «О защите детей» и другие нормативные документы. Юридическим службам сетевых и печатных изданий предложено вносить свои замечания и идеи по совершенствованию закона, которые в дальнейшем будут систематизированы и направлены представителям законодательной власти.

Прецеденты закрытия СМИ уже были. Вечером 12 ноября 2012 г. к популярной сетевой библиотеке «Либрусек» (*lib.rus.ec*) был закрыт доступ для части пользователей в России через блокировку Интернет-провайдерами. По данным сайта *www.zapret-info.gov.ru*, на котором содержится «черный список» Интернет-ресурсов, на «Либрусек» была заблокирована страница, содержащая текст «Поваренной книги анархиста» Уильяма Пауэлла. Однако доступ закрыт не только к одной странице, но ко всему сайту. Ранее по требованию ФСКН в «черный список» сайтов была внесена энциклопедия Интернет-мемов и субкультур «Луркоморье».

В целом в 2012 г. более 180 сайтов попали в «черный список» Роскомнадзора. При этом около 40% сайтов попали в «черный список» из-за распространения информации о наркотиках, около 30% – информации о суицидах и примерно 10% – за распространение детской порнографии.

В среднем в день в Роскомнадзор поступает около 300 заявок о тех или иных нарушениях. При этом 80% из них необоснованные или повторные заявки, которые ведомство отклоняет. При этом с момента поступления заявки о неправомерном контенте на том или ином сайте до момента принятия решения о блокировке или неблокировке ресурса проходит приблизительно пять суток. Чаще всего провайдеры сами оперативно устраняют недочеты, прежде чем Роскомнадзор решит включить их в «черный список».

Информационно-аналитическая система «Медиалогия» (*www.mlg.ru*) определяет самые цитируемые российские СМИ за 2012 г. на основе медиа-рейтингов и базы СМИ, включающей порядка 11 тыс. наиболее влиятельных источников: ТВ, радио, газеты, журналы, информационные агентства, Интернет-СМИ и блоги (табл.7.3).

Таблица 7.3. ТОП-30 самых цитируемых Интернет-ресурсов (2012 г.)

Место	Перемещение за год	СМИ	Индекс цитируемости
1	0	Lenta.ru	16 493,16
2	0	Gazeta.ru	13 282,76
3	0	Lifenews.ru	9 707,41
4	0	Vesti.ru	4 547,46
5	+1	Bfm.ru	3 550,59
6	-1	Newsru.com	3 287,70
7	+1	Fontanka.ru	2 703,92
8	+1	Mignews.com	1 437,56
9	+2	Slon.ru	1 159,42

Место	Перемещение за год	СМИ	Индекс цитируемости
10	-3	Inopressa.ru	931,63
11	+6	Rg.ru	840,40
12	+8	Izvestia.ru	827,36
13	+2	Kommersant.ru	796,27
14	+2	Vedomosti.ru	781,34
15	-2	Vz.ru	668,45
16	-6	Kavkaz-uzel.ru	654,95
17	новый	Publicpost.ru	645,06
18	новый	Echo.msk.ru	595,70
19	-7	Marker.ru	585,51
20	новый	Ridus.ru	552,93
21	+3	Kp.ru	426,12
22	-1	Polit.ru	399,58
23	+7	Ej.ru	370,76
24	новый	Ntv.ru	345,24
25	-7	Utro.ru	339,51
26	-7	Kasparov.ru	325,85
27	+1	Grani.ru	305,76
28	новый	Tayga.info	293,10
29	новый	Business-gazeta.ru	266,30
30	новый	Forbes.ru	265,13

Источник: Медиология

В 2012 г. первые четыре строчки рейтинга не изменились. Лидерство сохранила «Lenta.ru». Самое заметное перемещение у сайтов газеты «Известия» (+8) и «Российской газеты» (+6). Среди «новичков» рейтинга – «Publicpost.ru», «Ridus.ru», «Forbes.ru», сайты радиостанции «Эхо Москвы» и телеканала НТВ. В рейтинг попали два региональных Интернет-ресурса: новосибирский «Tayga.info» и казанский «Business-gazeta.ru».

7.3. Электронные книги

Росту рынка электронных книг в России (так же, как и во всем мире), способствуют: растущее число Интернет-пользователей, увеличение количества мобильных устройств с доступом в Интернет, удешевление трафика (в том числе мобильного), увеличение контента, доступного для загрузки, сокращение тиражей печатных книг, развитие Интернет-торговли. Наиболее распространенными устройствами для чтения электронных книг в России являются ридеры и планшеты, причем потребительские предпочтения на стороне ридеров. В связи с сокращением рынка печатных книг, крупнейшим российским издательствам пришлось искать новые способы обеспечения запросов читающей аудитории путем развития цифровых направлений.

Летом 2012 г. с целью выявления потребительских предпочтений россиян на рынке электронных книг РБК (*research.rbc.ru*) был проведен online-опрос аудитории сайта организации. Среди преимуществ электронных книг перед печатными респонденты в первую очередь выделяют физические качества

электронной книги, а именно: вес и габариты, благодаря которым она не занимает много места. Далее в списке преимуществ следуют: возможность читать в любом месте, возможность прочесть давно не издаваемую книгу, разнообразие выбора, ценовая доступность, удобный формат чтения. Результаты исследования показали, что более 20% респондентов читают только электронные книги, а около 25% читают их иногда.

Российский потребитель пока ещё отдает предпочтение печатным книгам, но популярность электронных книг растет с каждым годом и составляет все более значительную конкуренцию традиционному формату. Основные точки роста рынка приходятся на Москву и Санкт-Петербург. В регионах РФ пока подобной динамики не наблюдается. Если в Москве и Санкт-Петербурге доля электронных книг в структуре ассортимента издательств составляет порядка 20%, то в регионах она не достигает и 5%.

Возраст респондентов, читающих электронные книги, распределяется следующим образом. Наиболее активными читателями является группа респондентов от 30 до 50 лет (более 85% опрошенных). Меньше всего электронным книгам отдают предпочтение читатели в возрасте старше 60 лет (4%). Результаты исследования показали, кроме того, что большинство россиян пользуется нелегальным контентом: около 30% скачивают нелегальные электронные книги постоянно, - около 50% делают это иногда.

Пока рынок электронных книг в России относительно невелик, находится на начальном этапе развития, но отличается высокими темпами роста. Одним из барьеров развития российского рынка электронных книг является нежелание большинства потребителей пользоваться легальным контентом.

В апреле 2012 г. компания «WEXLER» (*wexler.ru*) сообщила об открытии первого электронного издательства в России, что стало логичным продолжением развития компании, которая на сегодняшний день является лидером рынка электронных книг и владельцем одного из крупнейших в нашей стране Интернет-магазина по продаже электронного контента.

Компания, международный производитель высокотехнологичных цифровых устройств, сообщила о продаже в России первого миллиона своих электронных книг. Продукция компании занимает одну треть всего российского рынка электронных книг. Модельный ряд электронных книг включает в себя как электронные книги на основе технологии E-ink, так и мультимедийные электронные книги на базе экранов TFT с LED подсветкой, которые позволяют не только читать, но и смотреть видео, слушать музыку, играть в компьютерные игры. Причем более 90% текущего модельного ряда разработано на базе самой гибкой и быстроразвивающейся операционной системы Android, которая отличается богатым функционалом: устройства имеют удобное управление и долгое время могут работать без подзарядки, большинство электронных книг фирмы оснащено встроенным модулем Wi-Fi для оперативного доступа в Интернет, в том числе к крупнейшим библиотекам электронного контента.

Новинка 2012 г. – «WEXLER.Flex ONE» на основе гибкого экрана E-ink, стала сенсацией на мировом рынке цифровой электроники. Применение новой технологии изготовления дисплея сделало ее самой легкой (110 г) и самой тонкой (4 мм) электронной книгой в мире. Эта электронная книга обладает противоударными свойствами, которых не имеет ни одна из существующих на сегодняшний день электронных книг.

В Москве с февраля 2013 г. начнется апробация электронных учебников в школах. Эксперимент коснется 60 образовательных учреждений столицы. Об этом сообщил глава столичного департамента образования И.И. Калина. Список электронных учебников, апробируемых в образовательных учреждениях Москвы, утвержден приказом департамента образования столицы и включает 11 электронных учебников по следующим предметам: русский язык (5-9 кл.), литература (5 кл.), история России (7-8 кл.), математика (5 кл.), алгебра и геометрия (7-9 кл.), физика и химия (9 кл.), биология (7 кл.), изобразительное искусство и музыка. В департаменте образования уточнили, что предусмотрена методическая и практическая помощь педагогам школ по использованию учебников. Информация об итогах апробации будет известна к 5 июня 2013 г.

Развитие рынка электронных книг продолжается, главным образом, за счет его проникновения в регионы.

7.4. Сетевое аудио и видео

В 2012 г. названы пять самых популярных видеохостингов Рунета.

«YouTube.com» – это бесплатный сервис, который предоставляет услуги видеохостинга (владелец «Google»). Благодаря своей простоте, очень удобный в использовании, «YouTube» и вошел в список самых популярных видеохостингов. Недавние обновления сделали его еще более удобней и обширнее. На сегодняшний день «YouTube» становится всё больше похож на современные социальные сети, а именно: личные стены, на которых можно писать сообщения (например, со ссылкой на понравившееся видео). С помощью специального кода можно встраивать понравившееся видео на любой другой ресурс или сайт. Так же можно создавать целые плейлисты, оценивать видео, комментировать, ставить или не ставить «лайк» («Мне нравится или не нравится»). Чтобы закладывать свои видео понадобится регистрация, которая не займет много времени.

«RuTube.ru» – это самый крупный российский видеопортал, который так же вошел в список популярных видеохостингов Рунета, был основан в 2006 г. (владелец этого сервиса «Газпром»). Многие музыканты, деятели шоу-бизнеса и другие люди с фантазиями пользуются порталом в основном для «раскрутки». Здесь можно посмотреть видео ТОП дня или даже месяца. Пользователи могут отправить понравившееся им видео друзьям в социальных сетях: «ВКонтакте», ЖЖ, «Facebook» и т.д.

«Vimeo.com» – это относительно бесплатный видеохостинг, который так же, как и вышеупомянутые относятся к популярным видеохостингам. Был основан в ноябре 2004 г. Даже тот факт, что он на английском языке, не мешает оставаться довольно популярным и у русскоязычных пользователей. На сайте можно выкладывать видео, размер которого не будет превышать 500 МБ в неделю (если у вас бесплатный аккаунт).

«Google video» (*video.Google.com*) – бесплатный сервис от компании «Google». Он имеет достаточно близкую базу с «YouTube» и удобный сервис. После того, как в октябре 2006 г. компания «Google» купила своего бывшего серьезного конкурента «YouTube» за \$1,66 млрд, конкурентов у «Google» просто не стало.

«Яндекс.Видео» (*video.yandex.ru*) – еще один претендент в категории популярные видеохостинги. Был основан в июле 2008 г., владелец – «Яндекс». На его главной страничке отображаются 20 лучших роликов, которые были наиболее популярны за день.

Бесплатные ресурсы Рунета на сайте www.777gid.ru/p/blog-page_30.htm представляют собой интереснейшую подборку всего, что только можно пожелать. Так, раздел «Скачиваем» демонстрирует лучшие торрент-треки, отвечает на вопрос, где скачать софт, музыку, обои на рабочий стол, картинки, видео и рингоны для телефона, антивирусы бесплатно и онлайн, предоставляет возможность пользоваться сетевыми библиотеками и т.д. В целом здесь можно найти много полезных и тщательно отобранных ссылок на все, что можно скачать или чем можно воспользоваться бесплатно в интернете.

В 2012 г. «Google» оцифровал произведения искусства из 46 музеев мира и объявил о запуске обновленной версии «Google Art Project» (www.googleartproject.com) – проекта, стартовавшего в феврале прошлого года. На начальном этапе в нем участвовали 17 музеев из 9 стран, теперь же партнерами виртуальной выставки «Google» стали более 150 музеев и различных организаций из 40 стран мира. Число отснятых в высоком разрешении экспонатов превысило 30 тысяч. В числе первых к «Google Art Project» присоединились музей современного искусства Тейт Модерн, Лондонская национальная галерея и 15 других известных хранилищ произведений искусства, включая Эрмитаж и Третьяковскую галерею. Новыми российскими участниками проекта стали Государственный музей изобразительных искусств имени Пушкина, Русский музей и Музей имени Николая Периха.

«Google Art Project» является творческим продолжением проекта «Google Street View», который позволяет совершать виртуальные прогулки по городам мира. Для создания «эффекта присутствия» по улицам и площадям разъезжают автомобили, оборудованные специальной фототехникой с углом обзора в 360 градусов, позволяющей делать панорамные снимки.

По сообщению «Интерфакс» в России могут запретить торренты. Положение об этом содержится в проекте основных направлений деятельности правительства до 2018 г. Борьба с «распространением нелегального контента, в том числе с использованием торрентов», названа в документе одной из главных задач в «области обеспечения безопасного Интернета». Прикрыть обмен контентом при помощи торрентов можно двумя способами. Это, во-первых, блокировка сайта, с которого пользователь должен скачать небольшой файл с технической информацией, необходимой для начала передачи данных. Другой способ – это фильтрация всего торрент-трафика на уровне провайдера. Здесь есть проблемы, поскольку при обмене файлами при помощи этой технологии часто применяются шифрование. В таком случае установить, что эти данные относятся именно к торрент-сетям, невозможно. Кроме того, подобные ограничения противоречат действующему закону «О связи».

Эксперты отмечают, что даже если борьба с торрентами будет эффективной, пользователи все равно найдут способ скачивать пиратские фильмы и музыку. Во-первых, уже существуют и другие файлообменные сети, а во-вторых, могут появиться новые. Так что блокировка торрентов проблемы незаконного распространения контента не решит.

Россия оказалась 24-й в числе стран, наиболее активно скачивающих музыку пиратским способом с помощью протокола Bit.Torrent. Это данные самого масштабного исследования проблемы на сегодняшний день. Тройка лидеров – США, Британия и Италия, как показывают данные исследования мониторинговой службы «Musicmetric» (www.musicmetric.com), занимающейся аналитикой поведения потребителей музыки во всем мире.

По данным исследования, в первой половине 2012 г. россияне скачали этим способом 22,7 млн песен, тогда как британцы – почти 347 млн, а американцы – 775 млн отдельных треков. Такое неожиданное «отставание» России в музыкальном пиратстве объясняется тем, что, по сравнению со многими западными и развитыми азиатскими странами, лишь небольшая доля россиян имеют доступ к стабильному Интернету, сказал Русской службе Би-би-си представитель «Musicmetric» Энди Тичер. Данные исследования показывают, насколько серьезной проблемой пиратство остается для всего мира.

Результаты исследования нелегального скачивания музыки публикуются на фоне ужесточения методов борьбы с нелегальным скачиванием файлов. В частности, речь идет о блокировке популярных веб-сайтов и удалении результатов поиска из поисковиков.

8. Правовые аспекты Интернет

Основным событием 2012 г. стало вступление в силу Федерального закона Российской Федерации от 29 декабря 2010 г. N 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» с 1 сентября 2012 г.

Практически параллельно в уже существующий закон вносились изменения. Так, 28 июля 2012 г. был принят Федеральный закон № 139-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» и отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросу ограничения доступа к противоправной информации в сети Интернет». Этот закон внес в другие федеральные законы ряд положений, предполагающих фильтрацию Интернет-сайтов по системе черного списка и блокировку запрещенных Интернет-ресурсов. Закон внес изменения в следующие законы Российской Федерации:

- Федеральный закон от 29 декабря 2010 г. № 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию»;
- Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях;
- Федеральный закон от 7 июля 2003 г. № 126-ФЗ «О связи»;
- Федеральный закон от 27 июля 2006 г. № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации».

Поправки в ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» вносят множество мелких уточнений в закон, а также более подробно регламентируют способы маркировки контента. Так, до внесения поправок по этому закону каждую страницу в сети Интернет с информацией, «причиняющей вред...», нужно будет промаркировать специальными знаками: 6+, 12+, 16+, 18+ (старше 6 лет, старше 12 лет, старше 16 лет, старше 18 лет соответственно). По тексту ЗП № 89417-6 от 9 июля 2012 г. (за два дня до принятия Думой), поправки устанавливают тексты знаков и делают исключение для сайтов, не являющихся «сетевыми изданиями», и для комментариев пользователей «сетевых изданий». Кроме того, в поправках подробно описываются процедуры экспертизы «информационной продукции». Также законом вносится положение, что доступ к сети Интернет в «местах доступных для детей» должен быть ограничен.

Наиболее значительные изменения в ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» вносятся в Федеральный закон, хотя в названии законопроекта этот закон упоминается лишь как «отдельные законодательные акты». В частности, в данный федеральный закон вносятся следующие изменения:

- даются определения Интернет-сайта, Интернет-страницы, доменного имени, сетевого адреса, владельца Интернет-сайта, хостинг-провайдера;
- в закон добавляется новая статья 15' «Единый реестр доменных имен и (или) универсальных указателей страниц сайтов в сети Интернет и сетевых адресов сайтов в сети Интернет, содержащих информацию, запрещенную к распространению на территории Российской Федерации», согласно которой создается некая информационная система «Единый реестр доменных имен и (или) универсальных указателей страниц сайтов в сети Интернет и сетевых адресов сайтов в сети Интернет, содержащих информацию, запрещённую к распространению на территории Российской Федерации федеральными законами».

Оператор Реестра вносит в него ссылки на Интернет-страницы или доменные имена содержащие:

- материалы с порнографическими изображениями несовершеннолетних и (или) объявлений о привлечении несовершеннолетних в качестве исполнителей для участия в зрелищных мероприятиях порнографического характера;
- пропаганду употребления наркотиков и психотропных веществ, информацию о способах их производства и местах приобретения;
- пропаганду употребления прекурсоров, наркотиков и психотропных веществ, информацию о способах их производства и местах приобретения;
- информацию о способах совершения самоубийства, а также призывов к совершению самоубийства;
- любую иную информацию, запрещённую к распространению в России решениями судов.

Решение о включении в Реестр доменных имен, ссылок на Интернет-страницы сайтов и сетевых адресов сайтов можно обжаловать только через суд, причем лишь в течение 3 месяцев. С момента внесения доменного имени или ссылки на Интернет-страницу в Реестр хостинг-провайдер обязан в течение суток проинформировать владельца сайта о необходимости незамедлительного удаления Интернет-страницы целиком, на которой размещается запрещенная, по мнению оператора Реестра, информация. Владелец сайта обязан в течение суток с момента получения от хостинг-провайдера уведомления удалить данную Интернет-страницу целиком. В случае отказа или бездействия владельца сайта, хостинг-провайдер обязан ограничить доступ к такому сайту в сети Интернет. В случае непринятия хостинг-провайдером и владельцем сайта данных мер, сетевой адрес сайта включается в Реестр. Оператор связи, оказывающий услуги по предоставлению доступа к сети Интернет, обязан в течение суток с момента включения сетевого адреса сайта в Реестр ограничить к нему доступ. Тот факт, что на одном IP-адресе могут находиться несколько сайтов с разными доменными именами, законом не учитывается.

С 1 ноября 2012 г. доступ к реестру запрещённых сайтов можно получить по адресу zapret-info.gov.ru.

Основная критика направлена на поправки в закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации». Так, Совет при Президенте Российской Федерации по развитию гражданского общества и правам человека выступил с заявлением, в котором, в частности, говорилось: «...регламентируемая законопроектом процедура блокировки интернет-контента предполагает ограничение доступа к информации, запрещенной или нежелательной для детей, для всех пользователей российского сегмента сети Интернет – без возможной апелляции и процедуры повторного рассмотрения, без каких-либо ограничений, которые позволили бы трактовать предлагаемые меры не как введение цензуры, что прямо запрещено Конституцией Российской Федерации и ограничивает право людей на доступ к информации, нисколько не приближая к решению заявленных в законопроекте задач». Также в заявлении отмечается: «Мы считаем крайне важным остановить введение цензуры в русскоязычном сегменте сети Интернет и, в частности, на территории России – это приведёт к появлению нового «электронного занавеса», что губительно скажется на правах и возможностях граждан России, на развитии общества в целом и становлении всей экономики».

Российская Ассоциация электронных коммуникаций (РАЭК), в целом, поддержала поправки в ФЗ № 436 («О защите детей»), что касается поправок в закон «Об информации», то РАЭК выступила категорически против слишком широкого класса материалов, подлежащего внесению в Реестр и блокировки сайтов по сетевым адресам. Также РАЭК выступает против привлечения для ведения Реестра негосударственной организации.

С 23 июля 2012 г. в России запрещена реклама алкоголя в Интернете и СМИ на основании Федерального закона «О внесении изменений в статью 21 Федерального закона «О рекламе» и статью 3 Федерального закона «О внесении изменений в Федеральный закон «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции» и отдельные законодательные акты Российской Федерации и признании утратившим силу Федерального закона «Об ограничениях розничной продажи и потребления (распития) пива и напитков, изготавливаемых на его основе», говорится на сайте Кремля.

Отмечается, что ФЗ был принят Государственной Думой 6 июля 2012 г. и одобрен Советом Федерации 18 июля 2012 г. «В целях создания условий, направленных на снижение потребления алкогольной продукции, в том числе пива, Федеральным законом предусматривается ограничение на размещение рекламы алкогольной продукции в периодических печатных изданиях и в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» – говорится в пояснительной справке пресс-службы.

В 2013 г. может быть принят закон, регулирующий российский сегмент Интернета. Депутаты Госдумы планируют к апрелю 2013 г. подготовить проект комплексного закона о деятельности в Интернете или его концепцию, заявил депутат Госдумы Роберт Шлегель. Проект задуман как комплексная платформа для регулирования деятельности в Интернете. В частности, им планируется обозначить интернет-юрисдикцию России на международном уровне, прописать правила работы с контентом, регламентировать взаимодействие участников, определить уровни ответственности за те или иные действия.

Вероятно, документ будет тесно пересекаться с действующими законами «О связи», «О персональных данных», «Об информации, информатизации и защите информации», а также с IV частью Гражданского кодекса РФ.

Подготовкой законопроекта занимается рабочая группа, в состав которой вошли представители Госдумы, Совета Федерации, министерств и ведомств. Госдума планирует привлечь к обсуждению специалистов Интернет-отрасли, депутаты также рассчитывают, что документ пройдет публичное экспертное обсуждение в соответствующей информационной системе, разработанной в Госдуме, пишет агентство. Предполагается, что в 2013 г. могут быть подготовлены законопроекты, регламентирующие использование облачных технологий, корректирующие законодательство в области фильтрации контента, обновляющие нормативно-правовые акты в области защиты персональных данных.

В проекте основных направлений деятельности правительства, борьба «с распространением нелегального контента, в том числе с использованием торрентов, » названа одной из основных задач правительства РФ на период до 2018 г. в «области обеспечения безопасного Интернет». Этот документ направлен Минэкономразвития в правительство. В числе основных задач по обеспечению «безопасного интернета» в проекте также названы развитие систем фильтрации контента и борьба с распространением порнографических материалов с участием детей; обеспечение эффективной борьбы с киберпреступлениями и атаками; противодействие незаконному распространению персональных данных.

«Microsoft» и «Горбушкин двор» добились в 2012 г. сокращения объемов пиратской продукции на территории технополла и подвели промежуточные итоги стратегического взаимодействия по борьбе с распространением компьютерного пиратства в рознице. Начало совместным активностям компаний было положено в апреле 2012 г., когда стороны подписали соглашение «О соблюдении авторских прав производителей программного обеспечения». Как рассказали «Сnews» в «Microsoft», всего с момента подписания соглашения было проведено три крупных рейда по поиску и изъятию контрафактной продукции на территории технополла «Горбушкин двор». В ходе данных рейдов суммарно было изъято порядка 400 дисков с различным нелегальным контентом. В большинстве своем это были нелегальные копии дисков с аудиозаписями, тогда как контрафактного программного обеспечения (ПО) найдено не было.

В рамках каждого нового рейда количество обнаруженного и изъятых контрафактов уменьшалось. В ходе последней проверки в начале осени 2012 г. было найдено и изъято только 50 пиратских носителей. По данным корпорации, с момента подписания соглашения было расторгнуто 22 договора аренды по причине реализации контрафактной продукции и вынесено 27 предупреждений и штрафов компаниям, арендующим павильоны на территории технополла «Горбушкин двор».

По словам управляющего директора технополла, эффективность принимаемых мер по противодействию пиратству и контрафакту неоспорима. В первую очередь, позитивные результаты отражаются на покупателях, которые отныне могут быть уверены, что приобретают качественные подлинные продукты. Другой важный аспект – минимизация и последующее искоренение вызванных пиратством экономических и репутационных проблем.

«Компьютерное пиратство является способом недобросовестной конкуренции, производители и распространители пиратского ПО наносят удар по бизнесу честных партнеров. Защитить их от действий пиратов является приоритетной задачей для «Microsoft». Поэтому нас очень радует позитивный эффект по сокращению компьютерного пиратства в рознице, достигнутый общими усилиями с технополлом «Горбушкин двор», – прокомментировал итоги стратегического взаимодействия «Microsoft» и технополла Дмитрий Береснев, руководитель отдела по продвижению лицензионного ПО «Microsoft в России». – «Microsoft» в дальнейшем будет занимать активную позицию в этом направлении, чтобы примеру технополла «Горбушкин двор» последовали и другие торговые центры Москвы и регионов России».

Основной тенденцией развития нормативно-правовой базы Интернет в 2012 г. стало активное участие законодательной и исполнительной ветвей власти в разработке и принятии новых законов, регулирующих использование сети. Видимо, она сохранится и в 2013 г.

9. Общая статистика

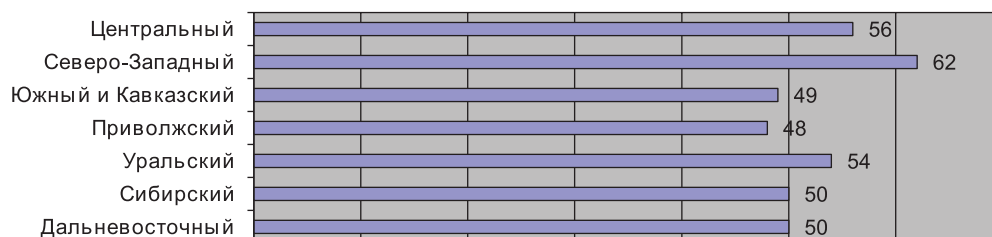
9.1. Статистика проникновения Интернет

Количество пользователей в стране и уровень проникновения относится к важнейшими статистическими показателями развития Интернета. Поэтому, целый ряд организаций периодически делают замеры данной группы показателей.

«Фонд общественное мнение» регулярно предоставляет различные статистические данные по состоянию Интернет в России. Очередное исследование – «Интернет в России: динамика проникновения.

Осень 2012». По данным ФОМ осенью месячная аудитория Интернет в России в группе населения 18+ составляла 61,14 млн человек, то есть уровень месячного проникновения составил 52% от данной аудитории. Годовой прирост пользователей, выходящих в Сеть хотя бы раз за месяц, составил 12%. Во всех федеральных округах Интернет-уровень достаточно высокий – 48% и более (рис. 9.1).

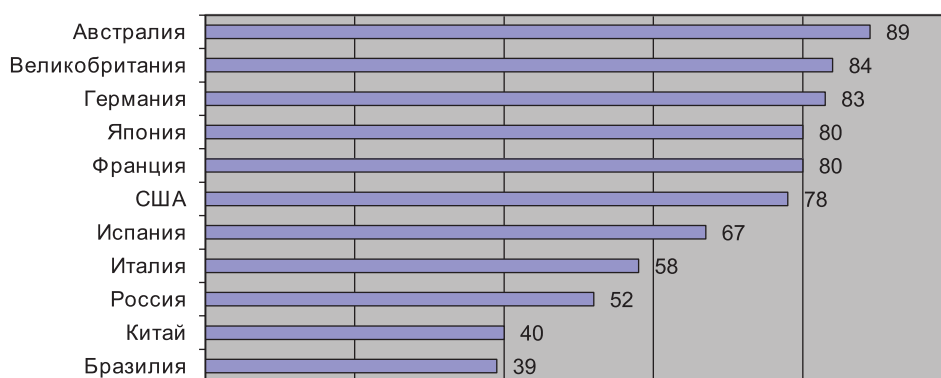
Рисунок 9.1. Динамика проникновения Интернет по федеральным округам, % от населения округа 18+ (осень 2012 г.)



Источник: ФОМ

По уровню проникновения Россия, по данным ФОМ и «Internet World Stats» (www.internetworldstats.com), занимает девятое место (рис. 9.2).

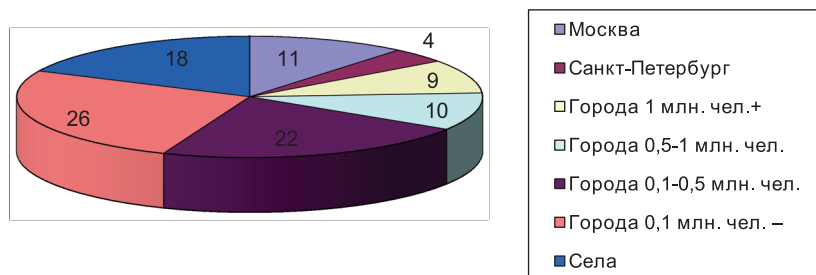
Рисунок 9.2. Динамика проникновения Интернет по странам, % от населения страны (июнь 2012 г.)



Источник: ФОМ, Internet World Stats

Интересно знать, как распределены пользователи Рунет по типам поселений. ФОМ дает ответ и на этот вопрос (рис. 9.3).

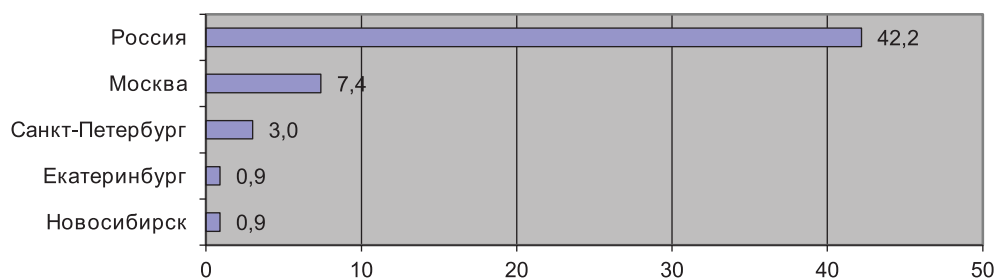
Рисунок 9.3. Структура пользователей Интернет по типам поселений, % от всех пользователей Рунет (осень 2012 г.)



Источник: ФОМ

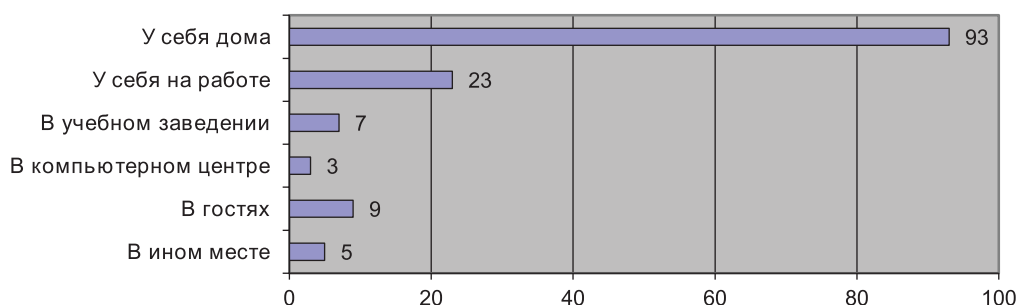
Ежемесячные данные о количестве Интернет-пользователей по Москве, Санкт-Петербургу, Новосибирску и Екатеринбургу, а также по городам России с численностью населения от 100 тыс. человек предоставляет исследовательская компания «TNS». Данные за декабрь 2012 г. представлены на рис. 9.4. Данные о том, откуда россияне выходят в Сеть, показаны на рис. 9.5.

Рисунок 9.4. Количество Интернет-пользователей в месяц по городам России, млн чел. (декабрь 2012 г.)



Источник: TNS Web Index

Рисунок 9.5. Место использования Интернет, доля пользователей по городам России 100000+, % от аудитории Рунет 12+ (декабрь 2012 г.)



Источник: TNS Web Index

Государство в лице Росстата (www.gks.ru, rosstat.pf) представило свои данные по Интернет за 2012 год. Доступ к Сети имеют в городах 56% домохозяйств, а в сельской местности 33%. Более 80% неподключенных респондентов сказали, что у них нет потребности использовать дома Интернет. Большой прогресс с подключением к Сети школ: 96% в городах и 90% в селах.

В 2011 г. ООН решило, что доступ в Интернет является неотъемлемым правом человека, а обеспечение населения доступом в Интернет должно являться одним из приоритетных направлений развития любого государства. В сентябре 2012 г. Международный союз электросвязи (специализированное учреждение ООН, www.itu.int/ru) опубликовал свой доклад о доступности широкополосного доступа к Интернету в мире.

По удельному числу доступности к Интернету тройка мировых лидеров следующая: Исландия – 95% населения страны, Норвегия – 94%, Нидерланды – 92,3%. Россия занимает 61 место с показателем 49%. При этом, по использованию мобильного Интернет России стоит выше – на 16 месте.

По социальным сетям картина следующая: в среднем по миру 55% Интернет-пользователей используют социальные сети. Первая пятерка по удельному показателю выглядит так: Филиппины, Индонезия, Малайзия, Бразилия, Россия (65% пользователей Рунет). А реже всех это делают пользователи из Японии (менее 15% японских пользователей).

Интересна лингвистическая оценка Интернета: 565 млн пользователей посещают англоязычные ресурсы – это основной язык Сети; китайскоязычную часть Сети посещает 510 млн

пользователей; сайты на русском языке интересны 59,7 млн человек (3% Интернет-пользователей в мире).

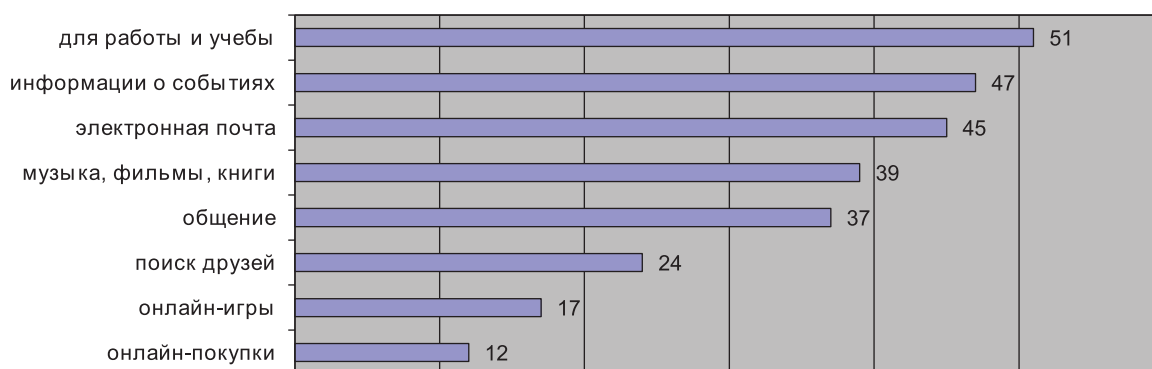
9.2. Интересы и предпочтения пользователей сети

Не оставляет без своего внимания Интернет ведущая социологическая служба – ВЦИОМ (wciom.ru, вциом.рф). Опрос проведен в сентябре 2012 г. на тему: сколько россиян пользуется Интернет, интересуются ли политикой «интернетчики» и для чего именно им нужен доступ к Сети. По данным этого опроса пользователями Сети являются 60% россиян, причем 40% выходят в Сеть ежедневно (а год назад таких было только 30%). Основные цели выхода в Интернет представлены на рис. 9.6.

Еще одну интересную закономерность выявил опрос – активные пользователи Интернет больше интересуются политикой (40% опрошенных), чем эпизодические пользователи (34%).

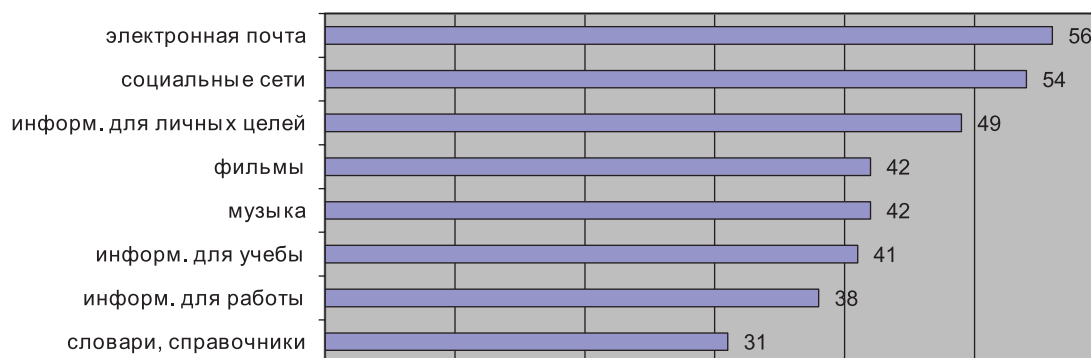
Ежегодник «Левада-Центра» (www.levada.ru) «Общественное мнение – 2012» содержит специальный раздел о Рунет. Из него можно почерпнуть сведения об интересах российских пользователей, в том числе и об основных целях выхода в Сеть (рис. 9.7). За год изменения по основным позициям небольшие – плюс/минус 2%.

**Рисунок 9.6. Основные цели выхода в Интернет,
% от опрошенных (лето 2012 г.)**



Источник: ВЦИОМ

**Рисунок 9.7. Основные цели выхода в Интернет,
% от опрошенных (октябрь 2012 г.)**

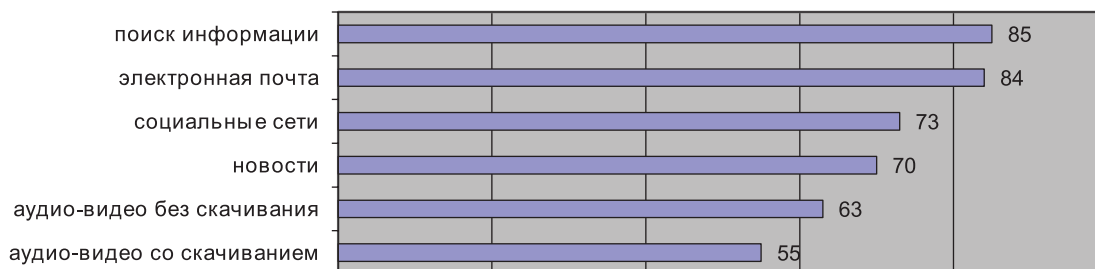


Источник: Левада-Центр

Агентство «MASMI» (www.onlinemonitor.ru) опубликовало результаты юбилейной 20-й волны исследования «ОнлайнМонитор 2012». Исследование показало некоторые интересные закономерности. 97% пользователей выходят в Сеть из дома против 44% из офиса. Это свидетельствует о том, что Интернет стал частью повседневной жизни россиян, а не только рабочим инструментом

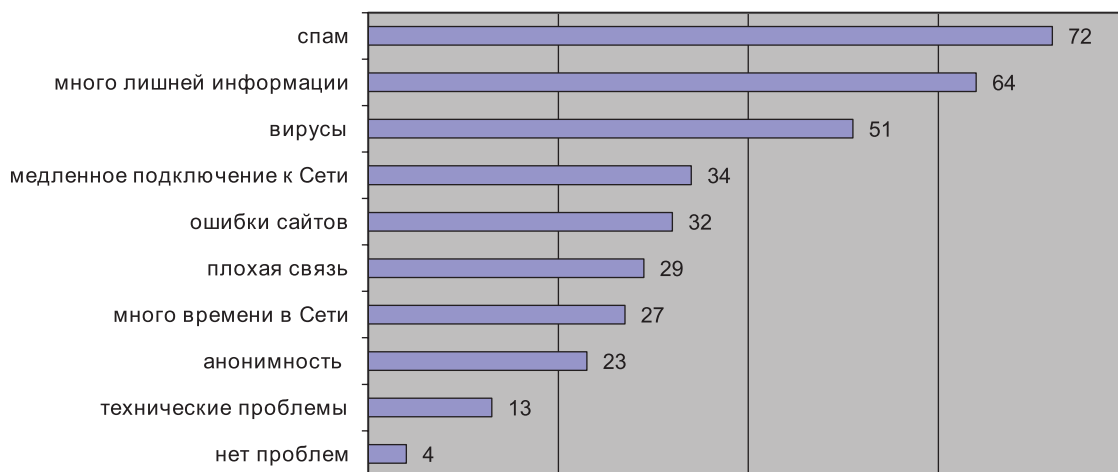
в офисе. Женщин в Сети 53%. Тенденция к преобладанию женщин сохраняется уже четыре года. По возрастным параметрам картина следующая: 42% пользователей пребывают в возрасте 30-49 лет; 32% – в возрасте 18-29 лет; средний возраст – 34 года. 32% Интернет-пользователей живут в городах с населением более миллиона, а в поселениях менее 100 тысяч жителей – 27%. Среди поисковых систем наиболее популярен «Яндекс» – 55%, а среди социальных сетей «ВКонтакте» – 40%. Основные цели выхода в Интернет представлены на рис. 9.8, а основные проблемы – на рис. 9.9.

Рисунок 9.8. Основные цели выхода в Интернет, % от опрошенных (2012 г.)



Источник: MASMI

Рисунок 9.9. Проблемы работы в Интернет, % от опрошенных (2012 г.)



Источник: MASMI

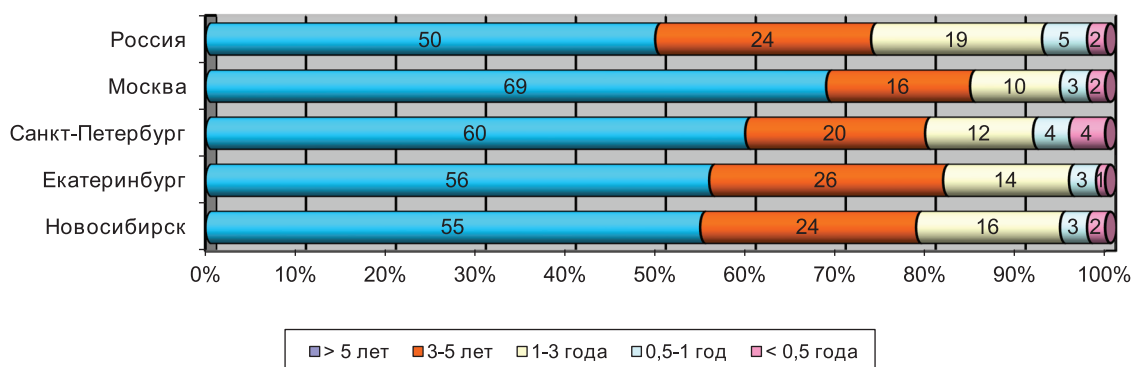
Ведущий мировой эксперт в области маркетинговой информации «Nielsen Holdings» (www.nielsen.com) тоже не забывает Россию в своих глобальных исследованиях. Из интересных фактов отметим следующие. 79% «рунетчиков» использует Сеть для поиска информации при покупке различных товаров; по всей мировой Сети этот показатель составляет 61%. В России популярны скидочные купоны, поэтому 79% посетителей Рунета регулярно ищут купоны в Сети; по мировой Сети любителей купонов только 33%. Россияне часто покупают с помощью электронных устройств: билеты на развлекательные мероприятия – 35%, компьютерную технику – 34%, бытовую технику – 34%, одежду, обувь, украшения – 33%.

Обратимся к статистике по стажу (рис. 9.10.). По-прежнему, большинство российских пользователей Рунет имеют стаж работы в Сети более 5 лет, причем доля таковых даже увеличилась – за счет группы со стажем 3-5 лет.

В 2012 г. россияне повернулись своим Интернет-лицом к мобильным возможностям. Об этом говорят результаты исследования «Мобильная аудитория Рунет», проведенного совместно двумя компаниями «WapStart» (wapstart.ru) и «Openstat» (www.openstat.ru) в сентябре-октябре 2012 г.

Объем мобильной аудитории Рунет в 2012 г. вырос на 51% и составил 34,5 млн человек. Средняя продолжительность визита составляет порядка 5 минут. За прошедший год доля мобильных устройств «Apple» в общем Интернет трафике выросла с 23 до 34%.

Рисунок 9.10. Стаж использования Интернет, доля пользователей по России (декабрь 2012 г.)



Источник: TNS Web Index

9.3. Различные статистические показатели сети

Фонд «World Wide Web Foundation» (www.webfoundation.org) ежегодно составляет веб-индекс использования Интернет в 61 стране мира. Основатель фонда Тим Бернерс-Ли является создателем всемирной паутины WWW. Данный индекс рассчитывается по семи категориям: средства связи, материально-техническая база научно-исследовательских учреждений, контент веб-сайтов, использование Интернет, политическое, экономическое и социальное влияние Сети. Данные 2012 г. представлено в табл. 9.1.

Россия находится на 31 месте между Тунисом и Филиппинами, пока не догнала европейские страны. Наша страна оказалась наиболее развитой в части политического влияния Интернет (22 место), а наименее развитой по социальному влиянию (44 место). Составители рейтинга считают, что в России есть следующие проблемы: низкий уровень использования социальных сетей; недостаточное использование Сети для распространения информации в сфере здравоохранения; проблемы с доступностью услуг дистанционного обучения; слабое развитие электронной коммерции; высокий уровень киберпреступности.

Общемировые показатели следующие. По данным рейтинга, только треть землян пользуются Интернет, а по Африке – и вовсе каждый шестой. Еще одна проблема – почти в половине стран существует угроза свободе слова, а в трети стран власти вводят ограничения доступа к сайтам. Еще один существенный барьер – высокие цены на подключение к Интернету.

Данные о развитии Интернет в мире регулярно предоставляет компания «comScore» (www.comscore.com/rus). Ведущая пятерка стран по Интернет-пользователям старше 15 лет за март 2012 год следующая: Китай – 333,3 млн чел., США – 190,7 млн чел., Япония – 73,5 млн чел., Индия – 56,3 млн чел., Россия – 56,0 млн чел. Таким образом, Россия стала первой в Европе по данному показателю, показав годовой рост 18%. Но при этом, возможности Сети используются еще недостаточно. Так оборот электронной коммерции в России составляет всего \$1,5 млрд против \$7,6 млрд в Великобритании – европейском лидере в данной области.

Таблица 9.1. Рейтинг развития Интернет в странах мира в 2012 г.

Рейтинг	Страна	Индекс	Рейтинг	Страна	Индекс
1	Швеция	100,00	31	Россия	47,29
2	США	97,31	32	Филиппины	46,81
3	Великобритания	93,83	33	Индия	46,58
4	Канада	93,42	34	Индонезия	46,29
5	Финляндия	91,88	35	Иордания	44,52
6	Швейцария	90,49	36	Южная Африка	44,49
7	Новая Зеландия	89,15	37	Таиланд	43,83
8	Австралия	88,44	38	Аргентина	42,14
9	Норвегия	87,76	39	Египет	41,05
10	Ирландия	87,42	40	Венесуэла	39,72
11	Сингапур	86,14	41	Маврикий	36,67
12	Исландия	86,10	42	Кения	32,84
13	Южная Корея	81,06	43	Эквадор	32,32
14	Франция	78,93	44	Пакистан	27,99
15	Израиль	78,53	45	Гана	27,68
16	Германия	74,87	46	Сенегал	25,38
17	Португалия	72,33	47	Вьетнам	24,32
18	Испания	72,12	48	Нигерия	23,57
19	Чили	69,55	48	Уганда	20,25
20	Япония	68,56	50	Марокко	19,39
21	Катар	60,75	51	Танзания	18,64
22	Мексика	57,68	52	Непал	18,37
23	Италия	56,45	53	Камерун	15,10
24	Бразилия	56,30	54	Мали	13,67
25	Польша	54,84	55	Бангладеш	13,60
26	Колумбия	53,86	56	Намибия	13,57
27	Турция	53,70	57	Эфиопия	10,89
28	Казахстан	53,46	58	Бенин	10,43
29	Китай	51,72	59	Буркина Фасо	8,51
30	Тунис	50,68	60	Зимбабве	1,94
			61	Йемен	0,00

Источник: World Wide Web Foundation

Компания «Cisco» (www.cisco.com/web/ru) опубликовала результаты ежегодного прогноза «Индекс развития сетевых технологий за период с 2011 по 2016 годы». Ожидается четырехкратный рост объема Интернет-трафика по миру и к 2016 г. его ежегодный объем составит 1,3 зеттабайт (зеттабайт – два в семидесятой степени байт). Более половины мирового Интернет-трафика будет

приходиться на Wi-Fi-соединения. Для такого высокого роста есть целый ряд важных причин. Первое: увеличение числа Интернет-пользователей; к 2016 г. в мире их будет около 3,4 млрд человек (по прогнозам ООН это около 45% населения Земли). Второе: рост скорости передачи данных в Интернет-каналах; средняя скорость увеличится с 9 Мбит/с в 2011 г. до 34 Мбит/с в 2016 г. Третье: рост видов и числа устройств (планшетники, мобильные и пр. «интеллектуальные» устройства) увеличивает число Интернет-соединений; к 2016 г. число таких соединений составит приблизительно 18,9 млрд по сравнению с 10,3 млрд в 2011 г.

Сеть развивается быстро, но уже есть признаки замедления ее развития. Если в III и IV кварталах 2011 г. объемы поискового трафика Рунет увеличились на 62% и 55% соответственно, то в I и II кварталах 2012 г. рост составил всего 35% и 20%. Такие данные приводят «Ведомости» (www.vedomosti.ru) со ссылкой на отчет «Реакция на данные Liveinternet за первое полугодие 2012 г.», подготовленный Алексеем Гоголевым, аналитиком «JPMorgan» (www.jpmorgan.com). По его мнению, снижение темпов роста Рунет – это вполне естественно явление, обусловленное тем, что он достиг своей зрелости. Основатель «Liveinternet» Герман Клименко считает, что сверхдинамичное развитие Интернета закончилось во всем мире.

Тем не менее, еще 27% россиян не используют Интернет дома, а 16% жителей России в принципе не имеют доступа в Сеть. Об этом говорится в исследовании компании «Башкирова и партнеры» (www.bashkirova-partners.ru). 35% опрошенных выходят в сеть из дома ежедневно, 13% – несколько раз в неделю, 2% – несколько раз в месяц, реже Интернет пользуют около 1% опрошенных. Мужчины и женщины практически одинаково часто выходят в сеть, разница составляет не более 5%.

Выводы

Зафиксировать текущее состояние Рунет в статике достаточно сложно. Его параметры и ландшафт меняются каждый день, и неизменным остается только одно – общий вектор стремительного развития. Тем не менее, основные тренды, на наш взгляд, прослеживаются достаточно ясно. Некоторые из них имеют уже вполне четкие контуры, некоторые только начинают формироваться.

Интернет-пользователями являются уже 60% наших сограждан, причем 40% выходят в Сеть ежедневно (год назад было 30%). Объем мобильной аудитории приближается к 35 млн человек, что составляет почти 44% от всего населения России. За 2012 год мобильная аудитория Рунет выросла на 51%. В настоящее время Интернет активно осваивают лица в возрасте «50+», при этом «взросление» веб-аудитории отмечается не только в России. 53% пользователей составляют женщины, и эта тенденция сохраняется уже четвертый год. В ближайшие годы число пользователей Интернета будет расти исключительно за счет людей старшего поколения, т.к. аудитория тех, кто родился в 80-е и 90-е уже почти на 100% «живет в онлайне». Ответ на вопрос, насколько поколение 70-х и старше будет столь же активными пользователями онлайн сервисов, пока остается открытым.

Интернет стал частью повседневной жизни россиян, а не только рабочим инструментом в офисе: 97% пользователей выходят в Сеть из дома против 44% из офиса. Возможность выходить в Интернет из дома есть уже у 92% жителей городов с населением свыше 100 тыс. человек, причём больше 70% из них пользуются высокоскоростным (широкополосным) доступом. По ШПД Россия занимает первое место в Европе и пятое в мире. В области мобильного Интернета следует отметить начало эксплуатации сетей 4-го поколения стандарта LTE.

Одновременно с ростом уровня проникновения Интернет россияне все больше начинают воспринимать его в качестве авторитетного канала получения информации. Самой популярной информационно-поисковой системой Рунет остается «Яндекс», второе место прочно удерживает мировой лидер поиска «Google», и замыкает тройку лидеров поисковик портала «Mail.ru».

В 2012 г. Рунет продолжил рост, в первую очередь, за счет регионов. Безусловными лидерами по использованию Интернет остаются Москва и Санкт-Петербург. Но не отстают и области – Тюменская, Иркутская и Нижегородская. Там, по мнению экспертов, стоит ожидать максимального прироста

численности Интернет-аудитории в ближайшее время – около 130 тысяч человек в каждой из областей.

11 ноября 2012 г. российский кириллический домен «.РФ» отметил вторую годовщину с момента старта открытой регистрации доменных имен. Сейчас в домене «.РФ» зарегистрировано более 845 тысяч имен. На сегодняшний день это крупнейший IDN-домен в мире. В 2013 г. ожидается регистрация новых доменов «.MOSCOW» и «.МОСКВА».

Россияне активно используют все современные возможности Интернет-технологий и по некоторым пунктам даже завоевали мировое лидерство. В частности, 99,7% среднесуточной аудитории Рунет пользуется социальными сетями, что составляет 30 млн человек. Российские Интернет-пользователи находятся в соцсетях в месяц более половины общего времени, проведенного в Сети в целом (12,8 часов из 22,4), что является самым высоким показателем в мире. Наибольшей популярностью в 2012 г. по-прежнему пользовались российские социальные сети «Одноклассники», «ВКонтакте» и «Мой мир». Но по сравнению с 2010 г. отмечен рост числа пользователей и у зарубежных конкурентов «Facebook» и «Twitter».

В отличие от большинства европейских Интернет-рынков ключевые позиции в Рунете занимают локальные игроки. Они успели закрепиться на рынке до того, как американские Интернет-гиганты разглядели его потенциал. И ситуация в ближайшее время вряд ли радикально изменится.

Не все ладно в области информационной безопасности: 59% пользователей Рунета хотя бы раз подвергались угрозе заражения при посещении веб-сайтов и в разы увеличились мобильные угрозы.

За последний год Россия значительно поднялась в международном рейтинге развития электронного правительства: с 59 на 27 место. По всей стране развернута инфраструктура «Единой системы межведомственного электронного взаимодействия». К федеральному portalу госуслуг подключены 78 регионов России, открыто 80 пунктов выдачи кодов активации и центров выдачи электронной цифровой подписи, установлено 560 инфоматов. Обеспечена возможность оплаты наиболее востребованных услуг в электронном виде с использованием портала, в том числе на мобильных устройствах.

С 1 ноября 2012 г. заработал закон «О черном списке» интернет-сайтов. Согласно Закону о реестре запрещенных сайтов в список будут вноситься сайты, страницы и сетевые адреса с запрещенной к распространению информацией, в том числе детской порнографией, пропагандой наркотиков и побуждением детей к самоубийству.

Доля Интернет-экономики в общем ВВП России составляет 1-2%. Драйвер роста Интернет-рынка в 2012 г. – электронная коммерция, что обусловлено тремя ключевыми факторами: ростом Интернет-аудитории в целом, выходом в онлайн крупных офлайн ритейлеров («X5», «Auchan», «Связной» и др.) и продолжающимся превышением спроса над предложением в области качественных онлайн-сервисов. «Потребительский» Интернет становится лицом отрасли. Примерно 14 млн россиян совершают покупки в Интернете хотя бы раз в год. Объем онлайн-продаж Рунет в 2012 г. составил 390 млрд рублей. Интернет вышел на вторую позицию по объему рекламы, обогнав печатные СМИ. Быстро развиваются электронные кошельки – в результате этого сервис «Яндекс.Деньги» приобрел Сбербанк, которому отошел пакет в 75% минус одна акция. В то же время, пока недостаточно высок уровень внедрения «облачных» технологий – только 34-е место в мире.

В целом будущее Рунет видится довольно оптимистичным. По прогнозу Фонда «Общественное мнение» к концу 2014 г. численность Интернет-пользователей в России достигнет 80 млн человек или 81% населения.

Интернет-гlossарий

ARPU (Average revenue per user) – среднемесячная выручка в расчете на одного абонента; показатель, используемый телекоммуникационными компаниями (в том числе Интернет-провайдерами, IT-компаниями и другими компаниями, предоставляющими онлайн-сервисы) для характеристики доходности от каждого абонента оператора.

CTR (кликабельность, от англ. click-through rate) – отношение числа кликов на баннер или рекламное объявление к числу показов, измеряется в процентах.

FTTx (Fiber to the x) – оптическое волокно до точки X; общий термин для любой телекоммуникационной сети, в которой от узла связи до определенного места (точка X) доходит волоконно-оптический кабель.

IaaS (англ. Infrastructure-as-a-Service – инфраструктура как услуга) – модель обслуживания потребителя, предоставляющая возможность использования облачной инфраструктуры для самостоятельного управления ресурсами обработки, хранения и другими фундаментальными вычислительными ресурсами (операционные системы, платформенное и прикладное программное обеспечение и др.).

IP-адреса – уникальный 32-разрядный адрес компьютера или коммуникационного устройства (например, маршрутизатора) в TCP/IP-сети.

IP-коммуникации – вид телекоммуникаций, объединяющий данные, голос и видео в единой сети, работающей по протоколу IP (Internet Protocol).

IP-телевидение, Интернет-телевидение (IPTV) – передача цифрового телевизионного сигнала через Интернет-соединения по IP-протоколу посредством широкополосного подключения.

IP-телефония (VoIP) – название коммуникационных протоколов, технологий и методов, обеспечивающих передачу речевого сигнала по сети Интернет или по любым другим IP-сетям в цифровом виде.

LTE Advanced – расширенный стандарт мобильной связи 4-го поколения для сотовой связи и мобильного Интернета.

NFC-платежи (Near Field Communication) – технология беспроводной высокочастотной связи малого радиуса действия, которая дает возможность обмена данными между устройствами, находящимися на расстоянии около 10 сантиметров.

OTT (Over the Top) – доставка медиаконтента пользователю напрямую через неуправляемую сеть Интернет на различные устройства (телевизоры Smart TV, приставки, персональные и планшетные компьютеры, мобильные телефоны).

PaaS (англ. Platform-as-a-Service – платформа как услуга) – модель обслуживания потребителя, предоставляющая возможность использования облачной инфраструктуры для размещения базового программного обеспечения, а также новых или существующих приложений (собственных, разработанных на заказ или приобретённых тиражируемых).

SaaS (англ. Software-as-a-Service – программное обеспечение как услуга) – модель обслуживания потребителя, предоставляющая возможность использования прикладного программного обеспечения провайдера, работающего в облачной инфраструктуре и доступного из различных клиентских устройств или посредством тонкого клиента, например, из браузера или интерфейс-программы.

Social media marketing (SMM) – процесс привлечения трафика или внимания к бренду или продукту через социальные платформы. Это комплекс мероприятий по использованию социальных медиа в качестве каналов для продвижения компаний и решения других бизнес-задач.

Wi-Fi – семейство стандартов передачи цифровых потоков данных по радиоканалам.

WiMax (Worldwide Interoperability for Microwave Access) – телекоммуникационная технология, разработанная с целью предоставления универсальной беспроводной связи на больших расстояниях для широкого спектра устройств (от рабочих станций и портативных компьютеров до мобильных телефонов).

Аккаунт (англ. account) – учетная запись пользователя для входа в систему, содержащая персональную информацию о нем и являющаяся средством его идентификации.

Банерная реклама, банер, – размещение на сайтах баннера (изображение рекламного характера) со ссылкой на свой сайт. Невысокая стоимость (по сравнению с рекламой в прессе и на телевидении) делает эту рекламу самой демократичной.

Блог – публичный Интернет-дневник, основным содержанием которого являются регулярно добавляемые записи (посты), включающие текст, изображения или видео и размещаемые в хронологическом порядке; предполагает читателей со стороны, которые могут вступать в обсуждения с автором и комментировать его посты.

Блоггер – человек, ведущий блог.

Блогосфера – совокупность всех блогов.

Блогохостинг, блогосервис – веб-сайт, позволяющий Интернет-пользователям обзавестись блогом и предоставляющий им после регистрации доменное имя или каталог, в котором размещаются все его записи.

Бот-сеть, ботнет – множество связанных между собой зараженных компьютеров; компьютеры контролируются удаленно бот-мастером без согласия их владельца.

Браузер, проводник – программное обеспечение, предоставляющее графический интерфейс для интерактивного поиска, обнаружения, просмотра и обработки данных в Интернет.

Веб-занятия – дистанционные уроки, конференции, семинары, деловые игры, лабораторные работы и пр.

Веб-разработка – процесс создания веб-сайта или веб-приложения.

Веб-сайт – совокупность логически связанных между собой электронных документов (программных, информационных и медийных средств) частного лица или организации в компьютерной сети, объединенных под одним адресом (доменным именем или IP-адресом).

Видеоблог – блог, в котором мультимедийной средой является видео.

Видеоконференция, видеоконференцсвязь (ВКС) – телекоммуникационная технология интерактивного взаимодействия двух и более удаленных абонентов, при которой между ними возможен обмен аудио- и видеоинформацией в реальном масштабе времени.

Видеохостинг – веб-сайт, позволяющий загружать и просматривать видео в браузере, например, через специальный Flash-плеер.

Виртуально выделенный сервер – современная технология хостинга, сочетающая в себе мощность выделенного сервера с гибкостью и простотой управления.

Вирус, компьютерный вирус – разновидность компьютерных программ, отличительной особенностью которых является способность к размножению (саморепликации). В дополнение к этому они могут повреждать или полностью уничтожать данные, подконтрольные пользователю, от имени которого была запущена зараженная программа.

Гаджет – специализированное устройство, которое подключается к более сложным устройствам через стандартный интерфейс и не может работать в автономном режиме. Предназначение гаджета – расширение функционала устройства, к которому он подключается. В современном языке гаджетами называют любые технологические устройства небольшого размера, в том числе и работающие автономно (сотовые телефоны, смартфоны, MP3-плееры и пр.).

Домен, доменная зона – пространство (совокупность) доменных имен, входящих в домен более высокого уровня, выделенное владельцу домена (какой-либо стране, международной организации, региону, юридическому или физическому лицу) для целей обеспечения доступа к доставляемой в Интернет информации, принадлежащей владельцу домена.

Живой Журнал, ЖЖ (англ. LiveJournal, LJ) – блог-платформа для ведения онлайн-дневников (блогов), а также отдельный персональный блог, размещенный на этой платформе. Предоставляет возможность публиковать свои и комментировать чужие записи, вести коллективные блоги («сообщества»), добавлять в друзья других пользователей и следить за их записями в «ленте друзей» («френдленте»). До недавнего времени отличался отсутствием обязательной рекламы в бесплатных блогах.

Интернет-аукцион – торговая площадка в сети Интернет, на которой цены устанавливаются во время публичных, открытых торгов на основании спроса и предложения.

Интернет-магазин – сайт, через который осуществляется торговля товарами в Интернете. Позволяет пользователям сформировать заказ на покупку, выбрать способ оплаты и доставки заказа.

Интернет-маркетинг – практика использования всех аспектов традиционного маркетинга в Интернет, затрагивающая основные элементы маркетинг-микса: цена, продукт, место продаж и продвижение. Основная цель – получение максимального эффекта от потенциальной аудитории сайта.

Интернет-обучение – форма дистанционного обучения, которое определяется как совокупность технологий, обеспечивающих доставку обучаемым основного объема изучаемого материала, интерактивное взаимодействие обучаемых и преподавателей в процессе обучения, предоставление обучаемым возможности самостоятельной работы по освоению изучаемого материала, а также в процессе обучения.

Интернет-провайдер – организация, предоставляющая услуги доступа к Сети.

Интернет-телевидение – см. IP-телевидение.

Интернет-экономика – применение современных информационных технологий в бизнесе.

Киберсквоттинг – приобретение доменных имен, созвучных названиям известных компаний, или просто с «дорогими» названиями с целью их дальнейшей перепродажи или размещения рекламы.

Кликабельность – отклик (отдача) баннера; коэффициент, определяющий эффективность использования того или иного баннера; измеряется как процентное отношение кликов по баннеру к общему числу его показов.

Компьютерная безопасность – защита от компьютерных вирусов; защита от несанкционированного доступа к информации; сохранение информации при сбоях; защита от спама; защита от мошенничества; борьба с пиратством.

Контекстная реклама – размещение Интернет-рекламы, основанное на соответствии содержания рекламного материала контексту (содержанию) Интернет-страницы, на которой размещается рекламный блок. Носителем рекламы может быть текст-графическое объявление, рекламный баннер либо видеоролик.

Контент (от англ. content – содержание) – любое информационно значимое или содержательное наполнение информационного ресурса (веб-сайта); к контенту относятся тексты, мультимедиа, графика.

Мобильный Интернет – технология подключения к сети Интернет практически из любого места.

Нелегальный контент – контент, который распространяется без согласия лиц, имеющих на него лицензию или авторские права; контент, который не прошел регистрацию в МВФ и не был переведен интерфейс языка контента на язык той страны, в которую он завозится; контент, который был взломан хакерами и был опубликован.

Облачные (рассеянные) вычисления – технология обработки данных, в которой компьютерные ресурсы и мощности предоставляются пользователю как Интернет-сервис.

Онлайн-ритейл (ритейл, англ. retail) – розница, ориентированная на массового покупателя в сфере Интернет-бизнеса.

Онлайн-ритейлер – розничный продавец в сфере Интернет-бизнеса (или мобильного бизнеса).

Пиратство – в данном контексте правонарушение, суть которого составляет использование произведений науки, литературы и искусства, охраняемых авторским правом, без разрешения авторов или правообладателей или с нарушением условий договора об использовании таких произведений.

Плейлист – список воспроизведений mp3, avi и других форматов.

Подкаст – аудио-/видео-запись, посвященная избранной автором теме; такие ролики могут использоваться как дополнение к основной статье или в качестве самостоятельного материала, размещаемого на сайте.

Подкастинг (от англ. podcasting – производное от слов iPod, популярного mp3-плеера от Apple, и broadcasting, что означает широко вещание) – процесс создания и распространения аудио и видеоконтента через Интернет.

Поисковая машина – комплекс программ, предназначенный для поиска информации. Обычно является частью поисковой системы.

Поисковая оптимизация (SEO) – комплекс мер для поднятия позиций сайта в результатах выдачи поисковых систем по определенным запросам пользователей. Обычно чем выше позиция сайта в результатах поиска, тем больше заинтересованных посетителей переходит на него с поисковых систем. При анализе эффективности поисковой оптимизации оценивается стоимость целевого посетителя с учетом времени вывода сайта на указанные позиции и конверсии сайта.

Поисковая система (информационно-поисковая система, ИПС) – программно-аппаратный комплекс с веб-интерфейсом, предоставляющий возможность поиска информации в Интернет. Под поисковой системой обычно подразумевается сайт, на котором размещен интерфейс (фронт-энд) системы. Программной частью поисковой системы является поисковая машина (поисковый движок) – комплекс программ, обеспечивающий функциональность поисковой системы и обычно являющийся коммерческой тайной компании-разработчика поисковой системы.

Почтовый сервер, сервер электронной почты – сервер, обеспечивающий распределение входящих и рассылку исходящих сообщений электронной почты.

Регистратор доменов – организация, получившая права на создание новых доменных имен и продление срока действия ранее зарегистрированных имен.

Ретаргетинг (англ. retargeting – перенацеливание) – рекламный механизм, посредством которого онлайн-реклама направляется тем пользователям, которые уже просмотрели рекламируемый продукт, посетив сайт рекламодателя, но не совершили покупку. С точки зрения посетителей Интернет-сайтов, ретаргетинг — это многократно повторяющийся показ уже просмотренной ими ранее Интернет-рекламы.

Ридер – электронное устройство для чтения электронных книг, снабженное дисплеем, цифровой клавиатурой для набора ПИН-кода, а также сертифицированным аппаратно-программным модулем защиты.

Сетевое издание – сайт в Интернет, зарегистрированный в качестве средства массовой информации.

Система межведомственного электронного взаимодействия (СМЭВ) – государственная информационная система, предназначенная для организации информационного взаимодействия между всеми информационными системами ее участников в целях предоставления и исполнения государственных и муниципальных услуг, переведенных в электронный вид.

Социальная сеть – интерактивный многопользовательский веб-сайт, контент которого наполняется самими участниками сети; представляет собой автоматизированную социальную среду, позволяющую общаться группе пользователей, объединенных общим интересом.

Социальные медиа – онлайн-каналы, использующие Интернет-технологии для облегчения социального взаимодействия через письменное, визуальное или аудио-общение (социальные сети, блоги, Интернет-сообщества, виртуальные игры и др.).

Спам (англ. spam) – массовая рассылка информации или рекламы адресатам, не давшим явного согласия на ее получение.

Таргетинг (англ. target – цель) – рекламный механизм, благодаря которому появляется возможность выделять из Интернет-аудитории только необходимую часть посетителей, удовлетворяющую заданным критериям (целевую аудиторию), для показа ей рекламных объявлений.

Телеконференция – совещание, участники которого территориально удалены друг от друга и которое осуществляется с использованием телекоммуникационных средств. Телеконференции подразделяются на аудиоконференции (с использованием средств передачи голоса) и видеоконференции (с использованием средств видеосвязи).

Торрент – специальный пиринговый (P2P) сетевой протокол, для прямой передачи файла от пользователя к пользователю без загрузки на сервер.

Удаленная работа (дистанционная работа, телеработа) – способ сотрудничества на расстоянии с использованием современных средств коммуникации (Интернет, телефон, факс, почтовые сообщения).

Удостоверяющий центр – юридическое лицо или индивидуальный предприниматель, осуществляющий функции создания и выдачи сертификатов ключей проверки электронных подписей, а также иные функции.

Уровень проникновения Интернет (месячный, недельный, суточный) – количество уникальных пользователей Интернет за соответственно месяц, неделя, сутки.

Фишинг – создание ложных сайтов, копирующих оригинал.

Фрилансер – человек, предлагающий свои услуги и выполняющий заказы без заключения долгосрочного договора с работодателем.

Хостер, хостинг-провайдер, хостинговая компания – Интернет-компания, которая предоставляет услуги хостинга.

Хостинг или хост (от англ. hosting) – услуга по предоставлению ресурсов (дискового пространства) для физического размещения информации на сервере, постоянно находящемся в сети.

Чат-занятия – учебные занятия, осуществляемые с использованием чат-технологий; чат-занятия проводятся синхронно, то есть все участники имеют одновременный доступ к чату.

Широкополосный доступ (ШПД) – скоростной канал от нескольких Мбит/с от абонента к какому-либо публичному ресурсу, включая Интернет. ШПД обеспечивает абоненту интеграцию различных услуг (Интернет, видео, голос и т. д.).

Электронная книга – текст в электронном виде» (в форматах html, txt, pdf, и т. д.); устройство для чтения электронных книг (eBook reader).

Электронная коммерция – сфера экономики, которая включает в себя все финансовые и торговые транзакции, осуществляемые при помощи компьютерных сетей, и бизнес-процессы, связанные с проведением таких транзакций.

Электронная почта – технология и предоставляемые ею услуги по пересылке и получению электронных сообщений («письма» или «электронные письма») по распределенной (в том числе глобальной) компьютерной сети.

Электронная торговая площадка – комплекс информационных и технических решений, обеспечивающий взаимодействие покупателя (заказчика) с продавцом (поставщиком) через электронные каналы связи на всех этапах заключения сделки.

Электронная цифровая подпись – реквизит электронного документа, обеспечивающий его защиту от подделки и идентификацию его владельца.

Электронное правительство – форма организации деятельности органов государственной власти, обеспечивающая за счет широкого применения информационно-коммуникационных технологий качественно новый уровень оперативности и удобства получения организациями и гражданами государственных услуг и информации о результатах деятельности государственных органов.

Электронные деньги – денежные обязательства эмитента в электронном виде, которые находятся на электронном носителе в распоряжении пользователя.

Электронные платежные системы – совокупность правил, процедур и технической инфраструктуры, обеспечивающих перевод стоимости от одного субъекта Интернет-экономики другому.

Отпечатано в ОАО «Можайский полиграфический комбинат»
143200, Московская область, г. Можайск, ул. Мира, д. 93.
Контактный телефон: 8(495)642-86-19, e-mail: oaompk@oaompk.ru
Тираж 80 экз. Заказ №