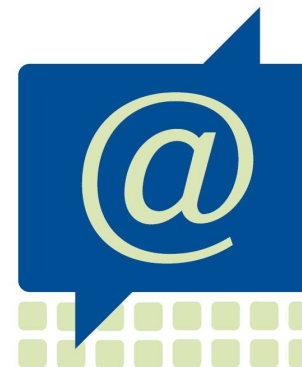


Исследование выполнено
при поддержке компании

Яндекс



Проект «Мир Интернета»

Опросы «Интернет в России»

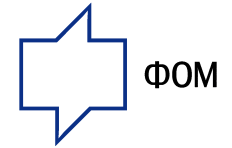
Специальный выпуск
Март 2009



Фонд Общественное Мнение

121552, Москва,
ул. Островная, вл. 2,
тел. : (+7495) 745-87-65

факс : (+7495) 745-89-03
www.fom.ru fom@fom.ru



Президент – [Александр Ослон](#)
Директор по исследованиям – [Елена Петренко](#)
Директор по технологиям – [Алексей Чуриков](#)
Финансовый директор – [Марианна Кононова](#)
Отдел региональной сети – [Оксана Акулова](#)
Отдел обработки и анализа данных – [Елена Галицкая](#)
Редакционный отдел – [Мария Каневская](#)
Издательский отдел – [Анна Данилова](#)

Исполнители:

[Ефим Галицкий](#)
[Алена Сидорова](#)

Содержание

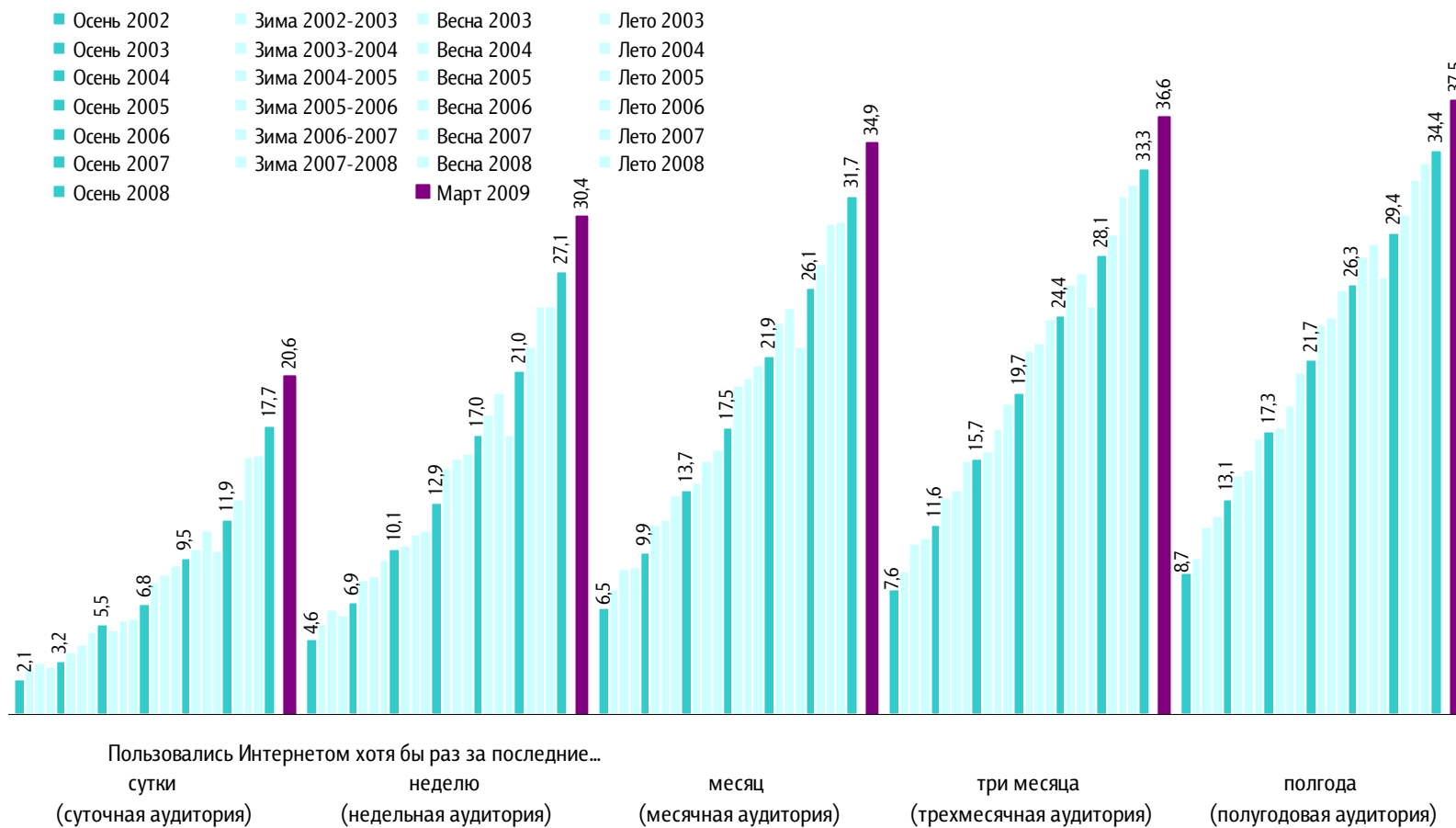
1.	Основные результаты	4
2.	Методика.....	10
3.	Регионы России.....	12
4.	Активность пользования Интернетом	14
5.	Места пользования Интернетом	18
6.	Резервы роста Интернета	24
	<i>Структура пользователей</i>	
7.	Пол.....	31
8.	Возраст	34
9.	Образование	38
10.	Доход	41
	<i>Структура месячной аудитории</i>	
11.	Пол	44
12.	Возраст	47
13.	Образование	51
14.	Доход	54
15.	Для справки	57

1. Основные результаты*

Те, кто пользовался Интернетом хотя бы раз за последние:										
	6 месяцев (шестимесячная аудитория) – пользователи Интернета		3 месяца (трехмесячная аудитория)		1 месяц (месячная аудитория)		неделю (недельная аудитория)		сутки (суточная аудитория)	
	%	млн.чел.	%	млн.чел.	%	млн.чел.	%	млн.чел.	%	млн.чел.
Осень 2002	8	8,7	7	7,6	6	6,5	4	4,6	2	2,1
Зима 2002–2003	9	9,6	8	8,7	7	7,7	5	5,5	3	2,8
Весна 2003	10	11,5	9	10,5	8	8,9	6	6,4	3	3,2
Лето 2003	11	12,1	10	10,8	8	9,0	6	6,1	3	3,0
Осень 2003	12	13,1	10	11,6	9	9,9	6	6,9	3	3,2
Зима 2003–2004	13	14,6	12	13,3	10	11,6	7	8,2	3	3,8
Весна 2004	14	14,9	12	13,7	11	12,0	8	8,5	4	3,3
Лето 2004	15	16,9	14	15,5	12	13,4	9	9,5	5	5,0
Осень 2004	16	17,3	14	15,7	12	13,7	9	10,1	5	5,5
Зима 2004–2005	16	17,6	15	16,0	13	14,2	9	10,3	5	5,2
Весна 2005	17	18,9	16	17,5	14	15,5	10	11,0	5	5,7
Лето 2005	19	20,9	17	18,9	15	16,1	10	11,2	5	5,9
Осень 2005	20	21,7	18	19,7	16	17,5	12	12,9	6	6,8
Зима 2005–2006	21	23,8	20	22,2	18	20,1	13	15,1	7	8,0
Весна 2006	21	24,3	20	22,7	18	20,6	14	15,6	7	8,5
Лето 2006	23	26,0	21	24,2	19	21,4	14	16,0	8	9,1
Осень 2006	23	26,3	21	24,4	19	21,9	15	17,0	8	9,5
Зима 2006–2007	25	28,0	23	26,3	21	23,9	16	18,4	9	10,1
Весна 2007	25	28,7	24	27,0	22	24,8	17	19,6	10	11,2
Лето 2007	24	26,8	22	24,9	20	22,4	15	17,1	9	10,0
Осень 2007	26	29,4	25	28,1	23	26,1	18	21,0	10	11,9
Зима 2007–2008	27	30,6	26	29,4	24	27,5	20	22,5	12	13,1
Весна 2008	29	32,7	28	31,7	26	30,0	22	25,0	14	15,7
Лето 2008 (18+)	30	33,7	28	32,4	26	30,1	22	24,9	14	15,9
Лето 2008 (16+)	31	36,9	30	35,4	27	32,4	23	26,7	15	17,1
Лето 2008 (14+)	33	39,6	31	37,8	28	34,4	23	28,1	15	18,0
Осень 2008 (18+)	30	34,4	29	33,3	28	31,7	24	27,1	16	17,7
Осень 2008 (16+)	32	37,9	31	36,6	29	34,8	25	29,7	16	19,2
Зима 2008–2009	Замеры не производились									
Март 2009 (18+)	33	37,5	32	36,6	31	34,9	27	30,4	18	20,6

* См. <http://www.fom.ru/projects/23.htm>

Динамика активности пользования Интернетом. Россия, 18 лет и старше, млн. чел. (нарастающим итогом)

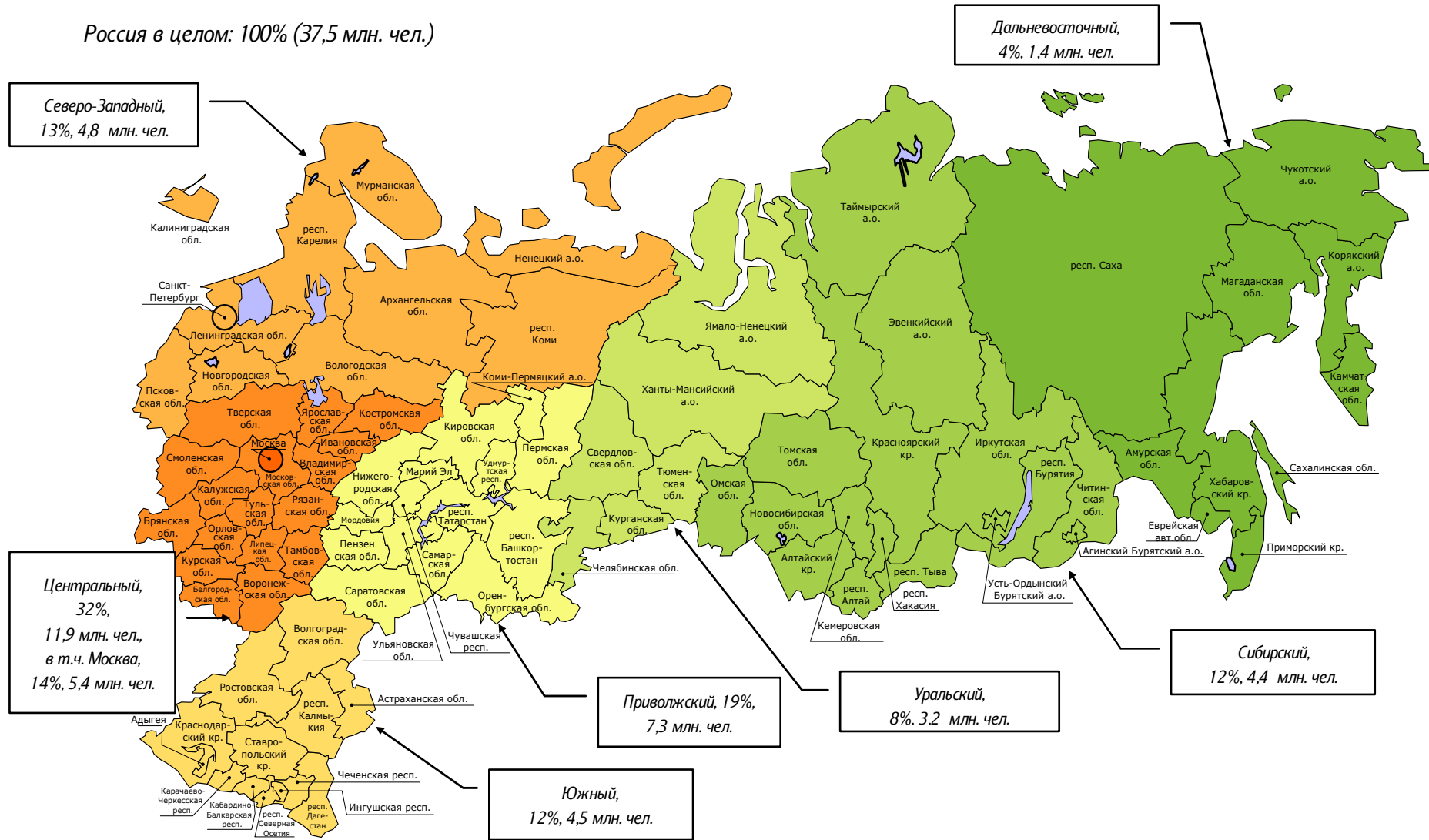


Динамика активности пользования Интернетом. Россия, 18 лет и старше, млн чел. (нарастающим итогом)

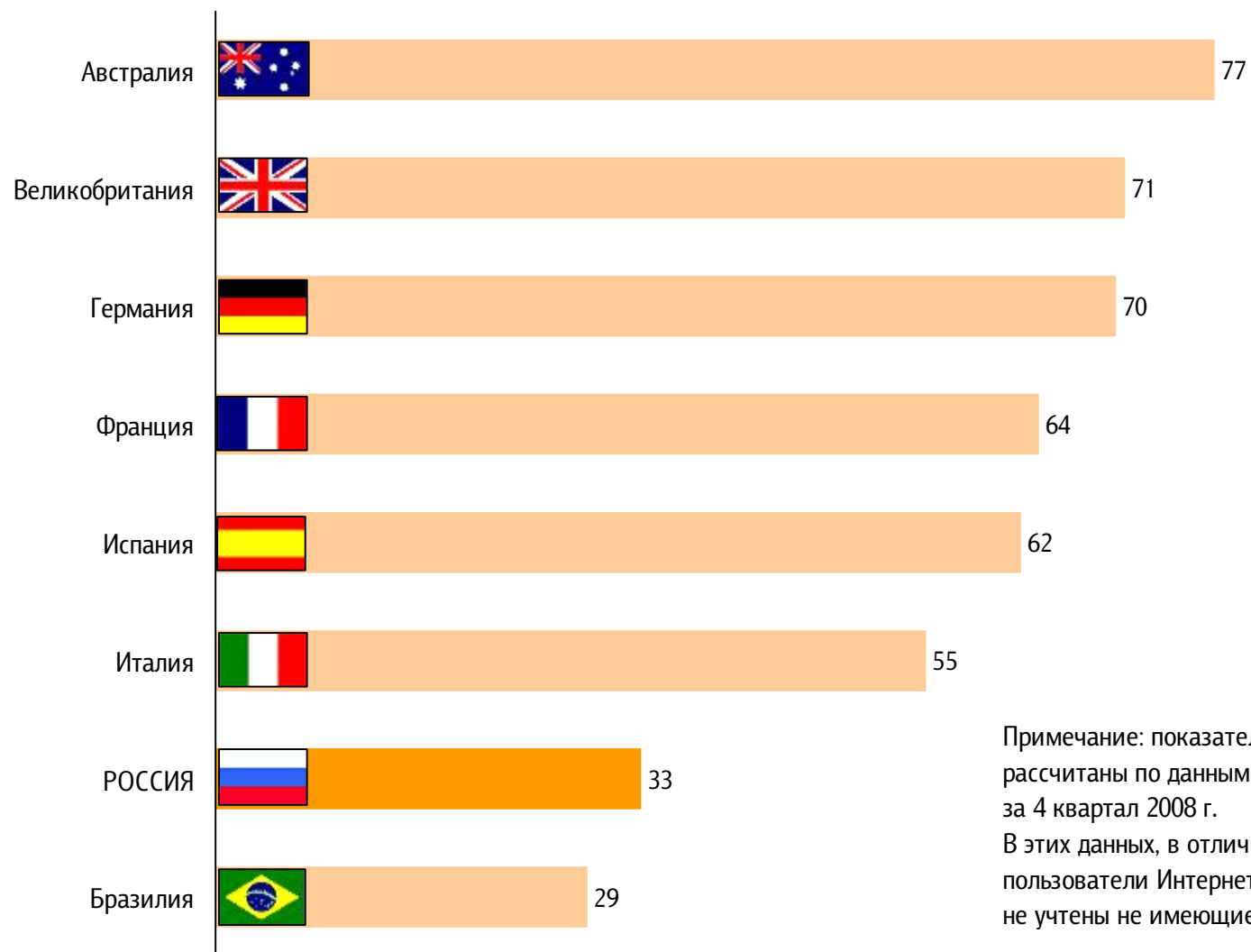
Пользовались Интернетом хотя бы раз за:					
	последние сутки (суточная аудитория)	последнюю неделю (недельная аудитория)	последний месяц (месячная аудитория)	последние три месяца (трехмесячная аудитория)	последние полгода (полугодовая аудитория)
Осень 2002	2,1	4,6	6,5	7,6	8,7
Зима 2002–2003	2,8	5,5	7,7	8,7	9,6
Весна 2003	3,2	6,4	8,9	10,5	11,5
Лето 2003	3,0	6,1	9,0	10,8	12,1
Осень 2003	3,2	6,9	9,9	11,6	13,1
Зима 2003–2004	3,8	8,2	11,6	13,3	14,6
Весна 2004	4,3	8,5	12,0	13,7	14,9
Лето 2004	5,0	9,5	13,4	15,5	16,9
Осень 2004	5,5	10,1	13,7	15,7	17,3
Зима 2004–2005	5,2	10,3	14,2	16,0	17,6
Весна 2005	5,7	11,0	15,5	17,5	18,9
Лето 2005	5,9	11,2	16,1	18,9	20,9
Осень 2005	6,8	12,9	17,5	19,7	21,7
Зима 2005–2006	8,0	15,1	20,1	22,2	23,8
Весна 2006	8,5	15,6	20,6	22,7	24,3
Лето 2006	9,1	16,0	21,4	24,2	26,0
Осень 2006	9,5	17,0	21,9	24,4	26,3
Зима 2006–2007	10,1	18,4	23,9	26,3	28,0
Весна 2007	11,2	19,6	24,8	27,0	28,7
Лето 2007	10,0	17,1	22,4	24,9	26,8
Осень 2007	11,9	21,0	26,1	28,1	29,4
Зима 2007–2008	13,1	22,5	27,5	29,4	30,6
Весна 2008	15,7	25,0	30,0	31,7	32,7
Лето 2008	15,9	24,9	30,1	32,4	33,7
Осень 2008	17,7	27,1	31,7	33,3	34,4
Зима 2008–2009	Замеры не производились				
Март 2009	20,6	30,4	34,9	36,6	37,5

Распределение общего числа пользователей Интернета по регионам

Россия в целом: 100% (37,5 млн. чел.)

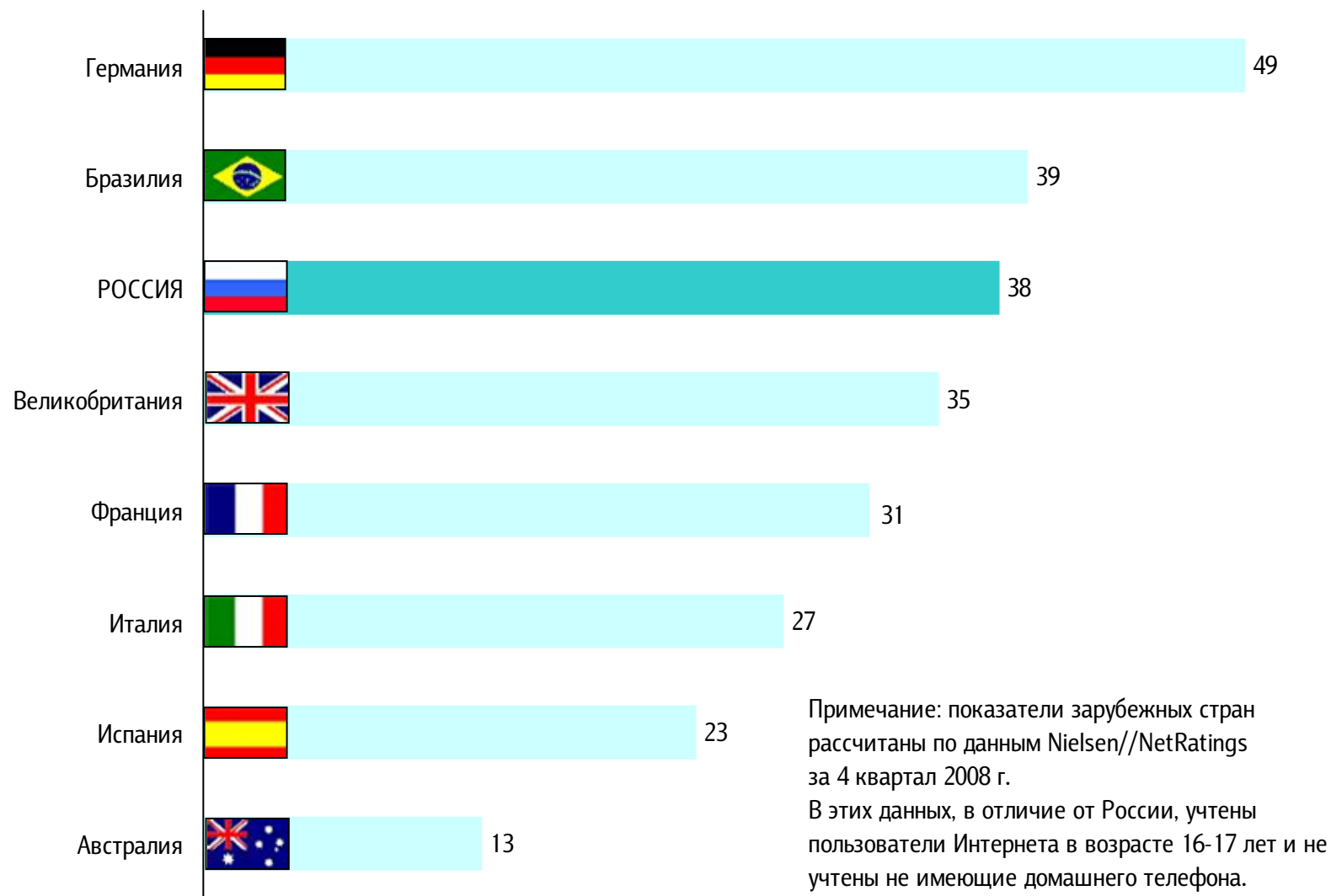


Доли пользователей Интернета в странах, % от населения



Примечание: показатели зарубежных стран рассчитаны по данным Nielsen//NetRatings за 4 квартал 2008 г. В этих данных, в отличие от России, учтены пользователи Интернета в возрасте 16-17 лет и не учтены не имеющие домашнего телефона.

Число пользователей Интернета в странах, млн. чел.



2. Методика

Источники данных:

■ Репрезентативный мегаопрос проекта «ГеоРейтинг»

Опросы проводятся в 68 субъектах РФ, где суммарно проживает 94% взрослого населения страны.

Мегаопрос в целом:

- охватывает 1920 населенных пункта (670 городов, 297 поселков городского типа, 953 села);
- суммарный объем выборки – 34 000 респондентов.

В каждом субъекте:

- исследуемая совокупность – население в возрасте от 18 лет и старше;
- выборка – случайная территориальная трехступенчатая (административные районы, населенные пункты, домохозяйства) стратифицированная;
- объем выборки – 500 респондентов.

Мегаопрос проводился в период с 27 февраля по 18 марта 2009 г.

■ Общероссийские опросы населения каждые две недели

- исследуемая совокупность – население России в возрасте от 18 лет и старше;
- выборка случайная, стратифицированная (по крупным экономико-географическим регионам и городскому / сельскому населению), трехступенчатая (административные районы – избирательные участки – жилища);
- всего областей и республик – 63; районов – 98; городских и сельских населенных пунктов – 203; избирательных участков – 314;
- каждые две недели опрашиваются в режиме личного интервью по месту жительства 4000 респондентов от 18 лет;
- в данный выпуск вошли данные двух опросов марта 2009 г. Всего – 8000 респондентов.

Данный выпуск подготовлен по результатам опроса 42 000 респондентов. Приведенные в отчете показатели относятся к населению России в возрасте 18 лет и старше.

В исследовании применяется методика, обеспечивающая возможность сравнения с данными компании *Nielsen Online* (ранее *Nielsen//NetRatings Inc*), что позволяет сопоставлять данные по России с данными по другим странам мира.

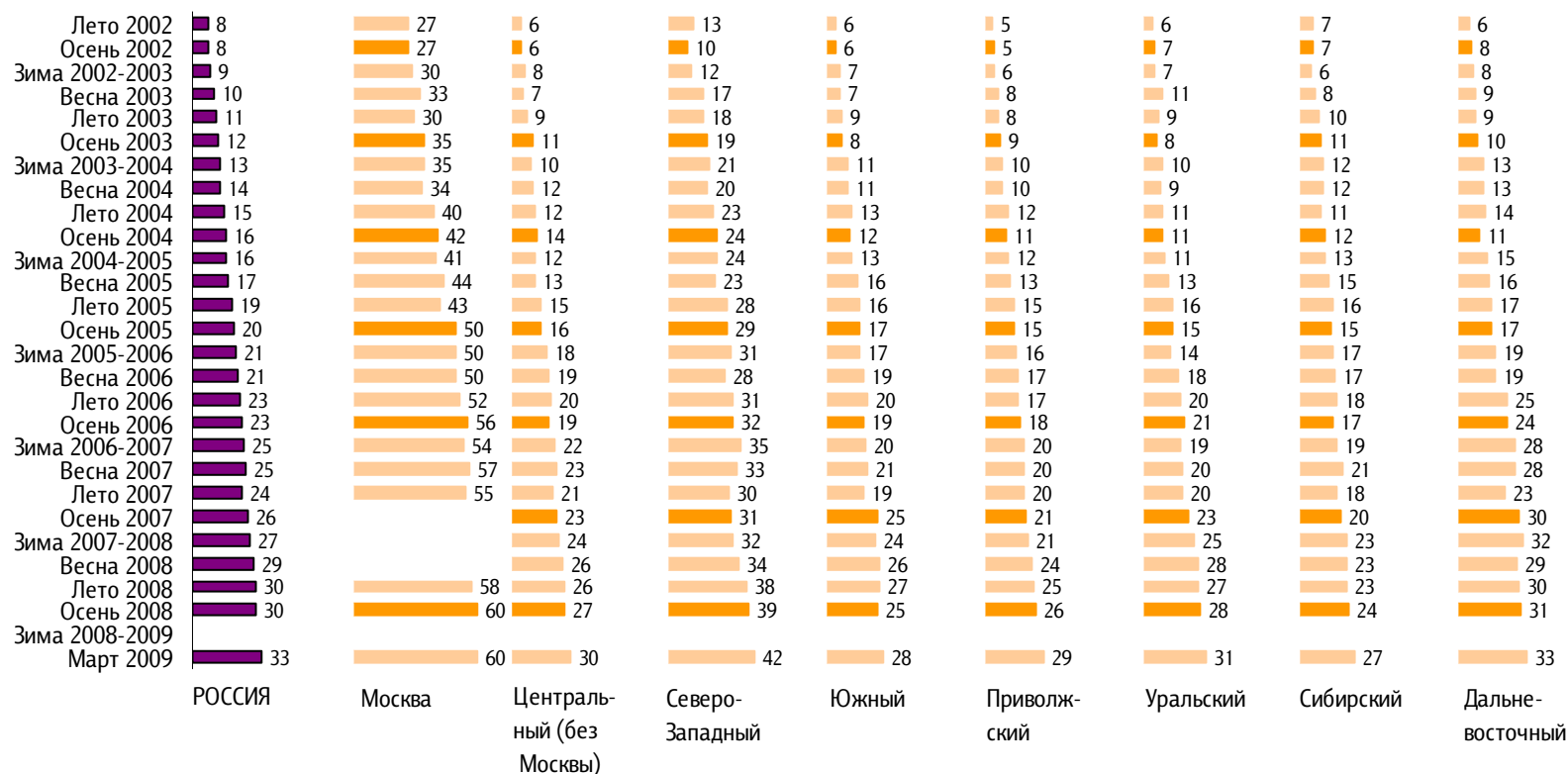
- ✦ К категории «Пользователи Интернета» относятся все респонденты, давшие на вопрос «Приходилось ли Вам лично пользоваться Интернетом? Если да, то когда Вы лично пользовались Интернетом в последний раз?» ответы: «в последние сутки», «в последнюю неделю», «в последний месяц», «в последние три месяца», «в последние полгода».

Сопоставление России с семью странами мира – на основе данных:

Nielsen//NetRatings Global Internet Trends™ Regional Reports, Quarter 4, 2008; October – December 2008.

3. Регионы России

Доли пользователей Интернета в регионах,
% от населения региона

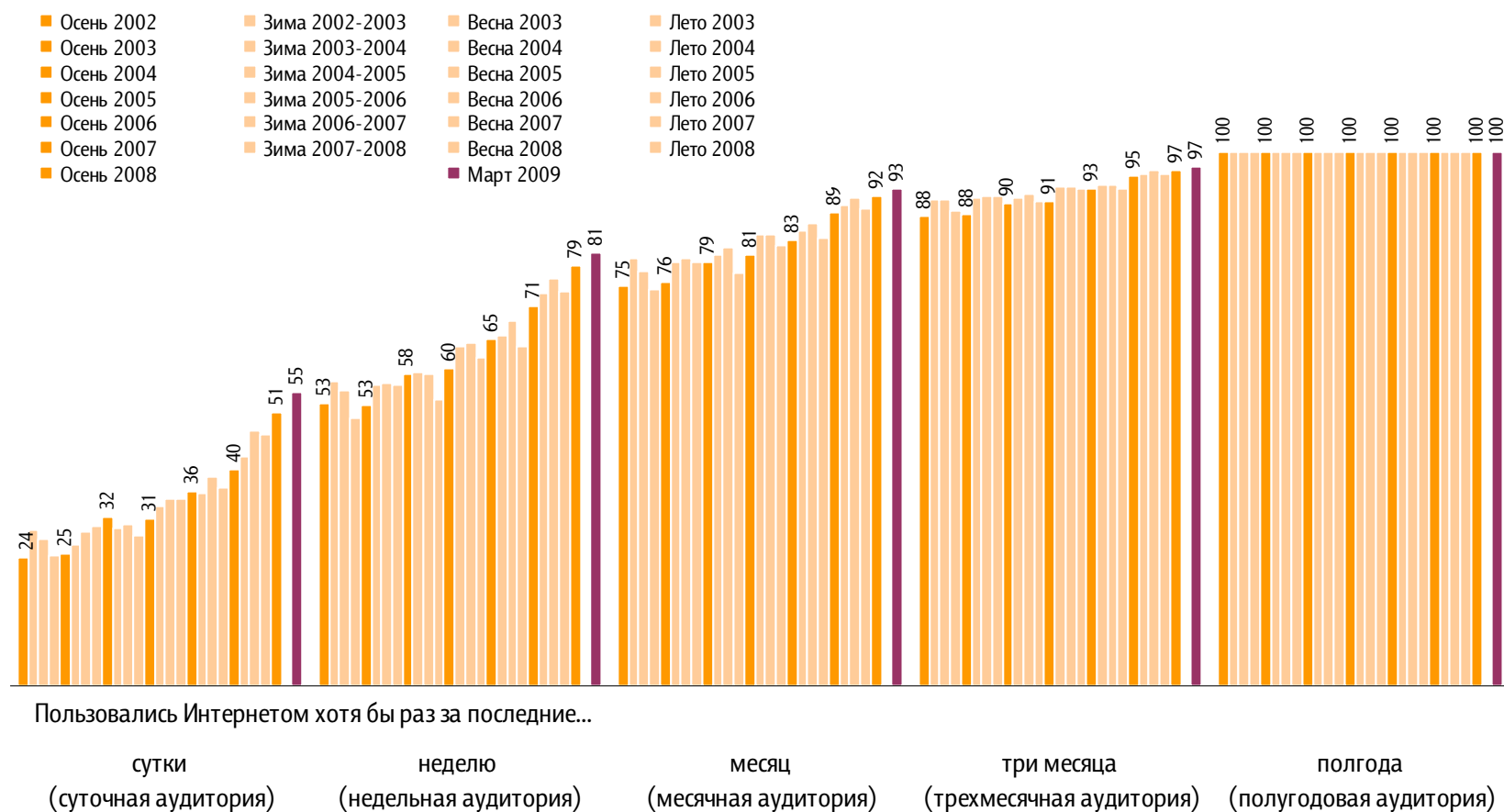


Число пользователей Интернета в регионах, млн. чел.



4. Активность пользования Интернетом

Динамика активности пользования Интернетом. Россия, % от числа пользователей (нарастающим итогом)

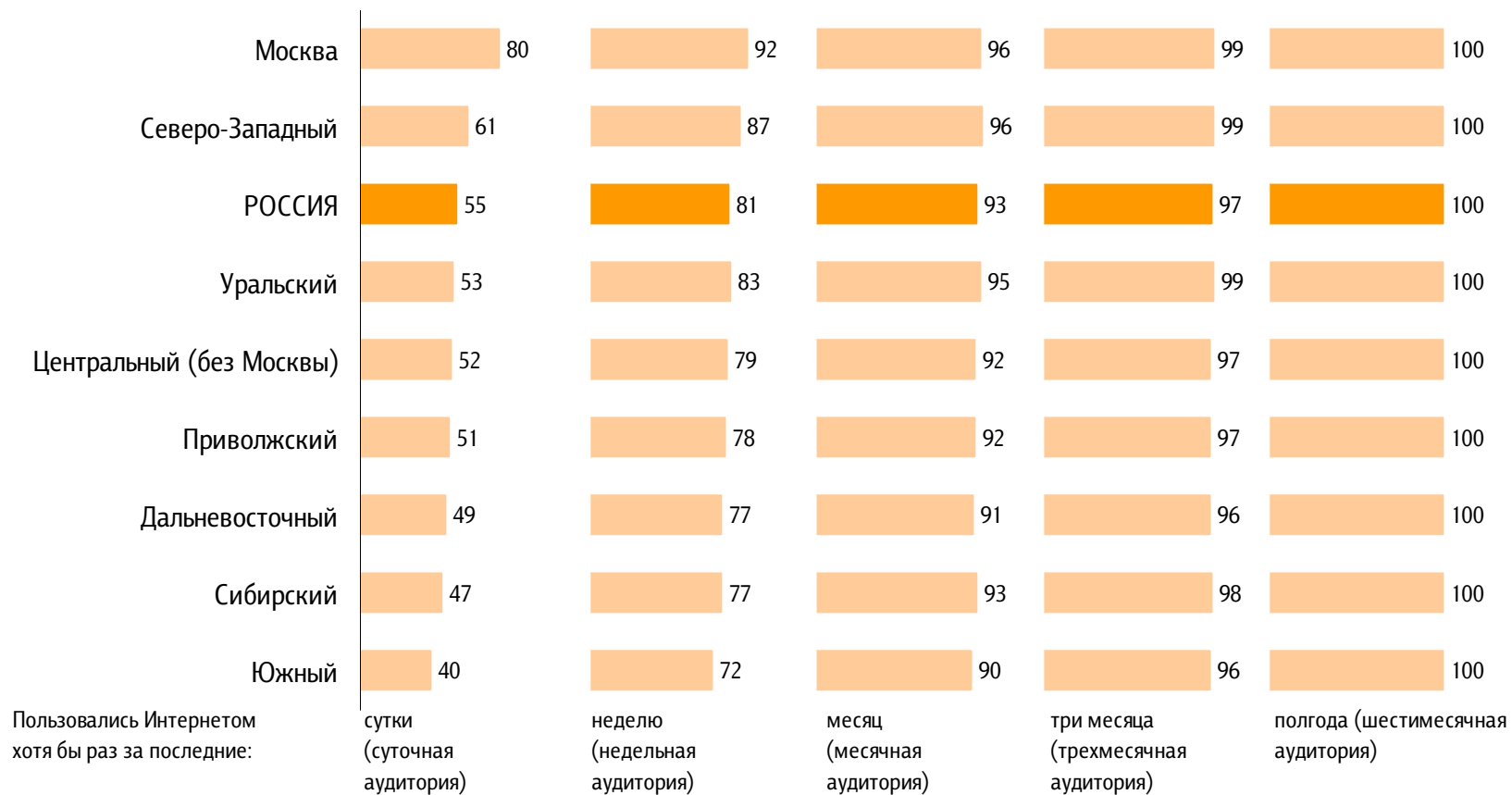


Примечание: динамика активности пользования Интернетом в абсолютном выражении приведена на стр. 5.

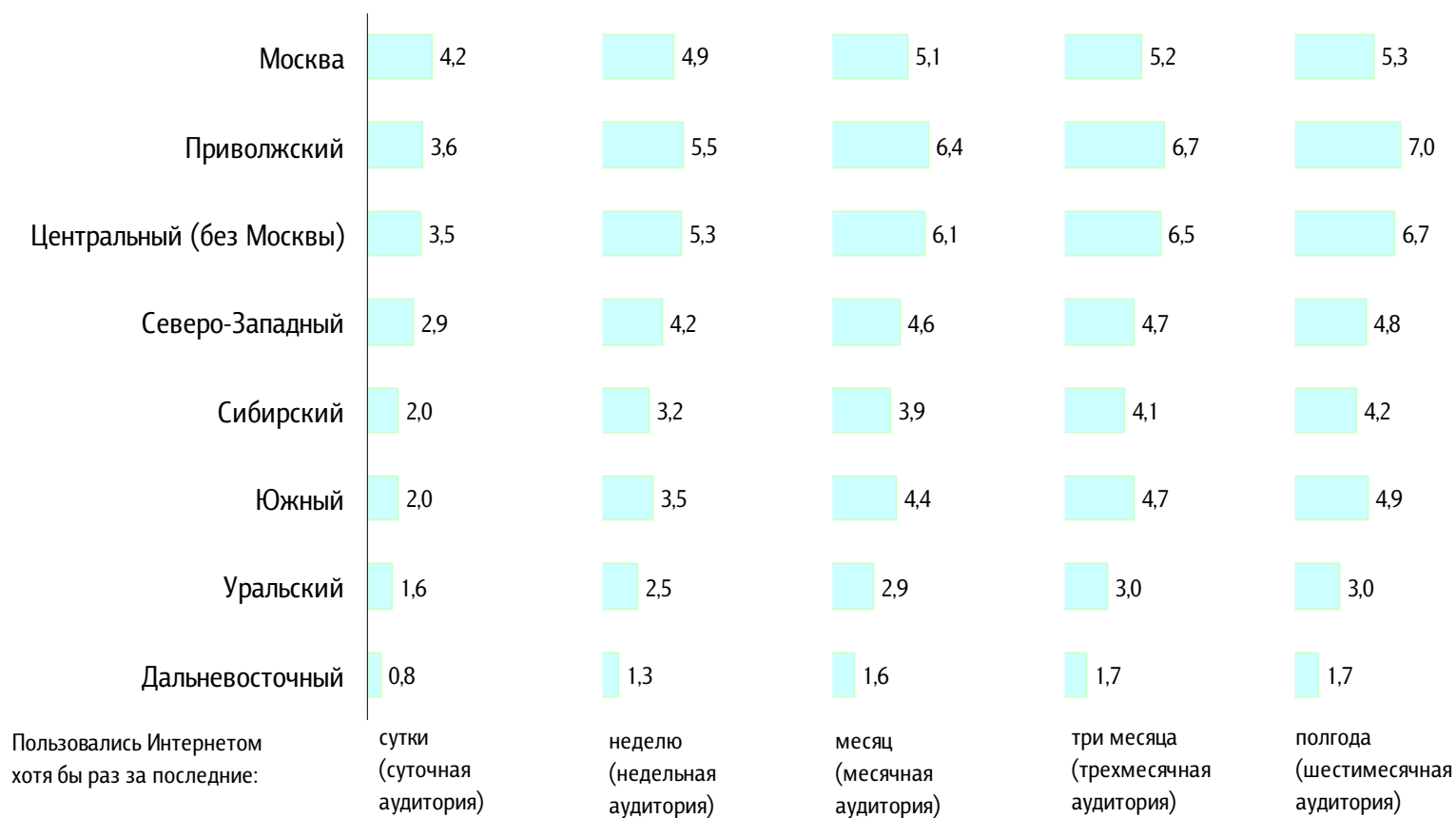
Динамика активности пользования Интернетом. Россия, % от числа пользователей (нарастающим итогом)

	Пользовались Интернетом хотя бы раз за:				
	последние сутки (суточная аудитория)	последнюю неделю (недельная аудитория)	последний месяц (месячная аудитория)	последние три месяца (трехмесячная аудитория)	последние полгода (полугодовая аудитория)
Осень 2002	24	53	75	88	100
Зима 2002–2003	29	57	80	91	100
Весна 2003	28	55	78	91	100
Лето 2003	24	50	74	89	100
Осень 2003	25	53	76	88	100
Зима 2003–2004	26	56	79	91	100
Весна 2004	29	57	80	92	100
Лето 2004	30	56	80	92	100
Осень 2004	32	58	79	90	100
Зима 2004–2005	30	59	81	91	100
Весна 2005	30	58	82	92	100
Лето 2005	28	54	77	91	100
Осень 2005	31	60	81	91	100
Зима 2005–2006	34	63	84	93	100
Весна 2006	35	64	85	93	100
Лето 2006	35	62	82	93	100
Осень 2006	36	65	83	93	100
Зима 2006–2007	36	66	85	94	100
Весна 2007	39	68	86	94	100
Лето 2007	37	64	84	93	100
Осень 2007	40	71	89	95	100
Зима 2007–2008	43	74	90	96	100
Весна 2008	48	76	92	97	100
Лето 2008	47	74	89	96	100
Осень 2008	51	79	92	97	100
Зима 2008–2009	Замеры не производились				
Март 2009	55	81	93	97	100

Активность пользования Интернетом. Регионы. % от числа пользователей (нарастающим итогом)

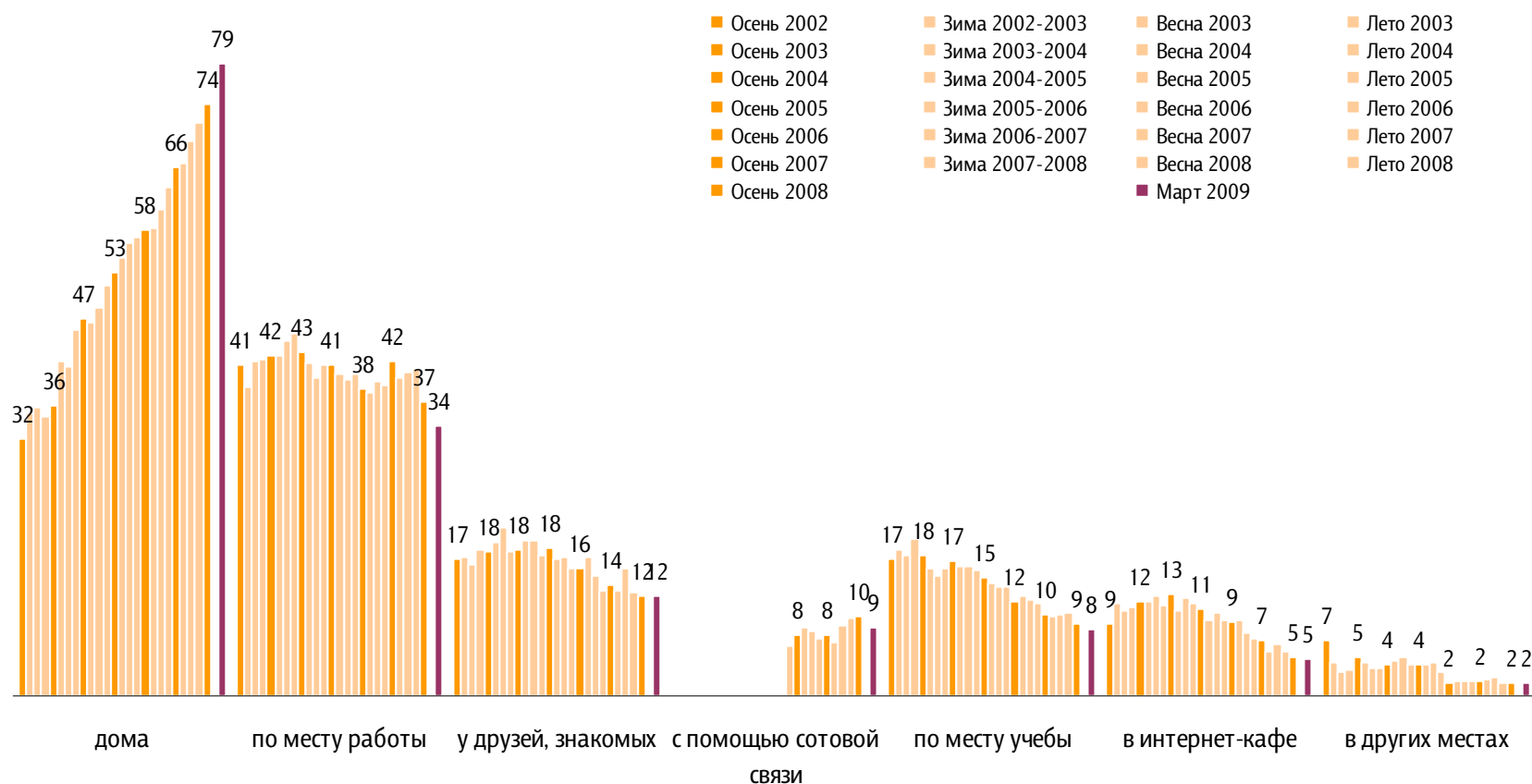


Активность пользования Интернетом. Регионы, млн. чел. (нарастающим итогом)



5. Места пользования Интернетом

Динамика популярности мест пользования Интернетом. Россия, % от числа пользователей



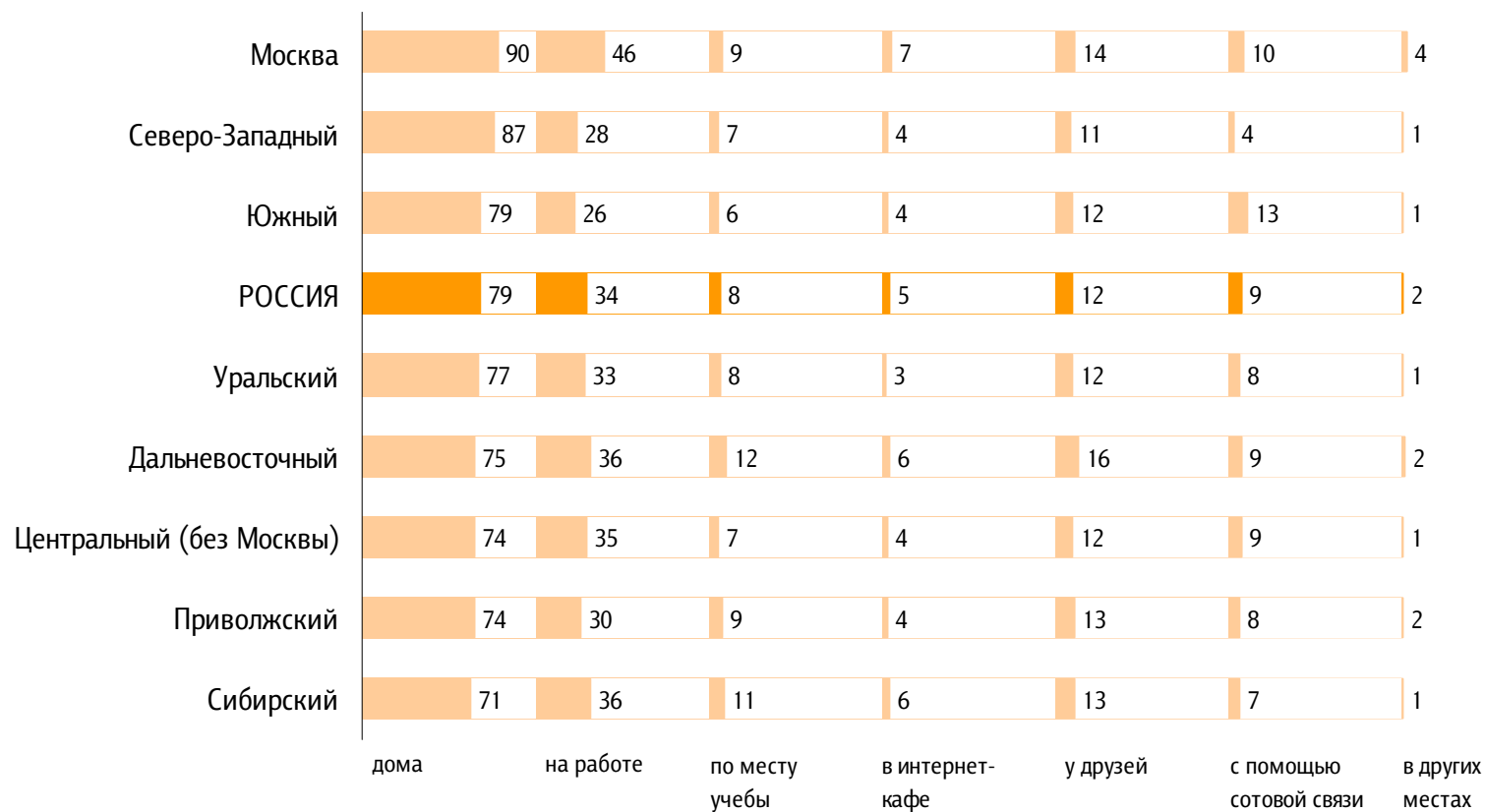
Динамика популярности мест пользования Интернетом. Россия, % от числа пользователей

	Дома	По месту работы	У друзей, знакомых	С помощью сотовой связи	По месту учебы	В интернет-кафе	В других местах
Осень 2002	32	41	17	-	17	9	7
Зима 2002–2003	35	38	17	-	18	12	4
Весна 2003	36	42	16	-	18	11	3
Лето 2003	35	42	18	-	20	11	3
Осень 2003	36	42	18	-	18	12	5
Зима 2003–2004	42	42	19	-	16	12	4
Весна 2004	41	44	21	-	15	13	4
Лето 2004	45	45	18	-	16	11	3
Осень 2004	47	43	18	-	17	13	4
Зима 2004–2005	46	41	19	-	16	10	4
Весна 2005	48	40	19	-	16	12	5
Лето 2005	51	41	18	-	16	11	4
Осень 2005	53	41	18	-	15	11	4
Зима 2005–2006	54	40	17	-	14	9	4
Весна 2006	56	39	17	-	14	10	4
Лето 2006	57	40	16	6	14	9	3
Осень 2006	58	38	16	8	12	9	2
Зима 2006–2007	58	38	17	8	12	9	2
Весна 2007	60	39	15	8	12	8	2
Лето 2007	63	39	13	7	11	7	2
Осень 2007	66	42	14	8	10	7	2
Зима 2007–2008	66	39	13	7	10	6	2
Весна 2008	69	40	16	9	10	6	2
Лето 2008	71	41	13	10	10	6	2
Осень 2008	74	37	12	10	9	5	2
Зима 2008–2009	Замеры не производились						
Март 2009	79	34	12	9	8	5	2

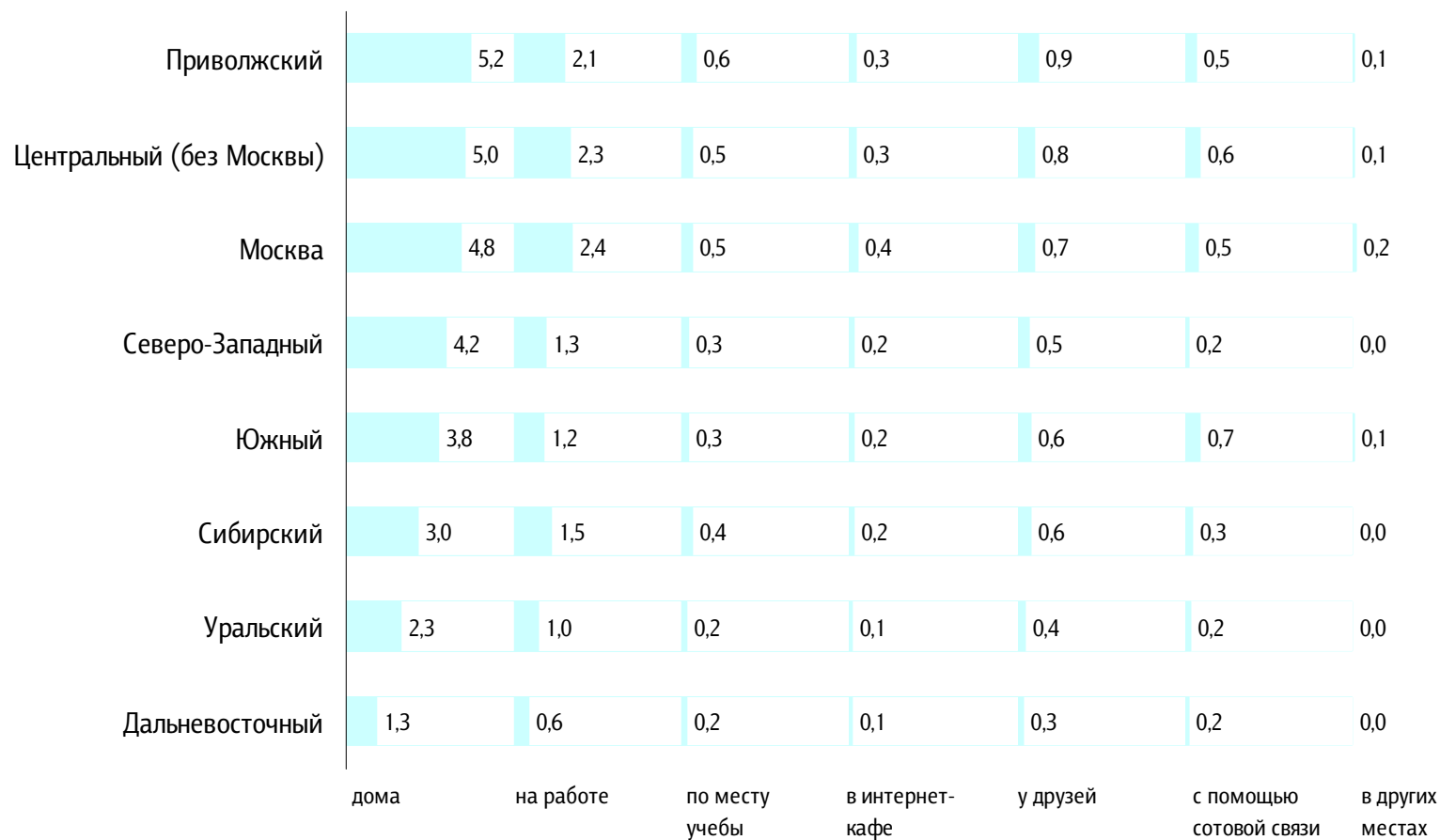
Динамика популярности мест пользования Интернетом. Россия, млн. чел.

	Дома	По месту работы	У друзей, знакомых	С помощью сотовой связи	По месту учебы	В интернет-кафе	В других местах
Осень 2002	2,7	3,6	1,5	-	1,4	0,8	0,6
Зима 2002–2003	3,4	3,7	1,7	-	1,7	1,1	0,4
Весна 2003	4,1	4,8	1,9	-	2,0	1,2	0,3
Лето 2003	4,2	5,1	2,2	-	2,4	1,3	0,4
Осень 2003	4,7	5,5	2,4	-	2,3	1,5	0,6
Зима 2003–2004	6,1	6,2	2,8	-	2,3	1,7	0,6
Весна 2004	6,1	6,6	3,1	-	2,2	1,9	0,5
Лето 2004	7,7	7,6	3,0	-	2,7	1,9	0,6
Осень 2004	8,1	7,4	3,1	-	2,9	2,2	0,7
Зима 2004–2005	8,1	7,2	3,4	-	2,8	1,8	0,8
Весна 2005	9,1	7,5	3,6	-	3,0	2,3	0,9
Лето 2005	10,7	8,6	3,7	-	3,3	2,4	0,8
Осень 2005	11,4	8,9	4,0	-	3,2	2,4	0,9
Зима 2005–2006	12,9	9,5	4,1	-	3,3	2,2	0,9
Весна 2006	13,7	9,6	4,2	-	3,3	2,5	1,0
Лето 2006	14,8	10,4	4,1	1,6	3,5	2,4	0,8
Осень 2006	15,2	10,0	4,2	2,0	3,1	2,4	0,4
Зима 2006–2007	16,3	10,5	4,8	2,4	3,5	2,7	0,5
Весна 2007	17,4	11,2	4,3	2,3	3,5	2,2	0,5
Лето 2007	16,9	10,4	3,5	1,9	3,1	1,9	0,5
Осень 2007	19,3	12,3	4,1	2,2	3,0	2,0	0,5
Зима 2007–2008	20,2	12,0	4,0	2,1	3,0	1,7	0,6
Весна 2008	22,6	13,1	5,2	2,9	3,3	2,1	0,8
Лето 2008	24,0	13,7	4,4	3,3	3,5	1,9	0,6
Осень 2008	25,3	12,6	4,3	3,4	3,1	1,7	0,5
Зима 2008–2009	Замеры не производились						
Март 2009	29,5	12,6	4,7	3,2	3,1	1,7	0,6

Популярность мест пользования Интернетом. Регионы, % от числа пользователей



Популярность мест пользования Интернетом. Регионы, млн. чел.



6. Резервы роста Интернета

Намерение респондентов стать пользователями Интернета оценивалось по ответам на вопрос:

«Есть ли у Вас желание пользоваться Интернетом или такого желания нет? А если есть, то когда Вы предполагаете начать пользоваться Интернетом?»

Указанный вопрос задавался только тем, кто не пользуется Интернетом в настоящее время.

Оценивалось число тех, кто ответил:

- «в течение одного месяца»,*
- «в течение трех месяцев»,*
- «в течение шести месяцев»,*
- «в течение года»,*
- «более чем через год».*

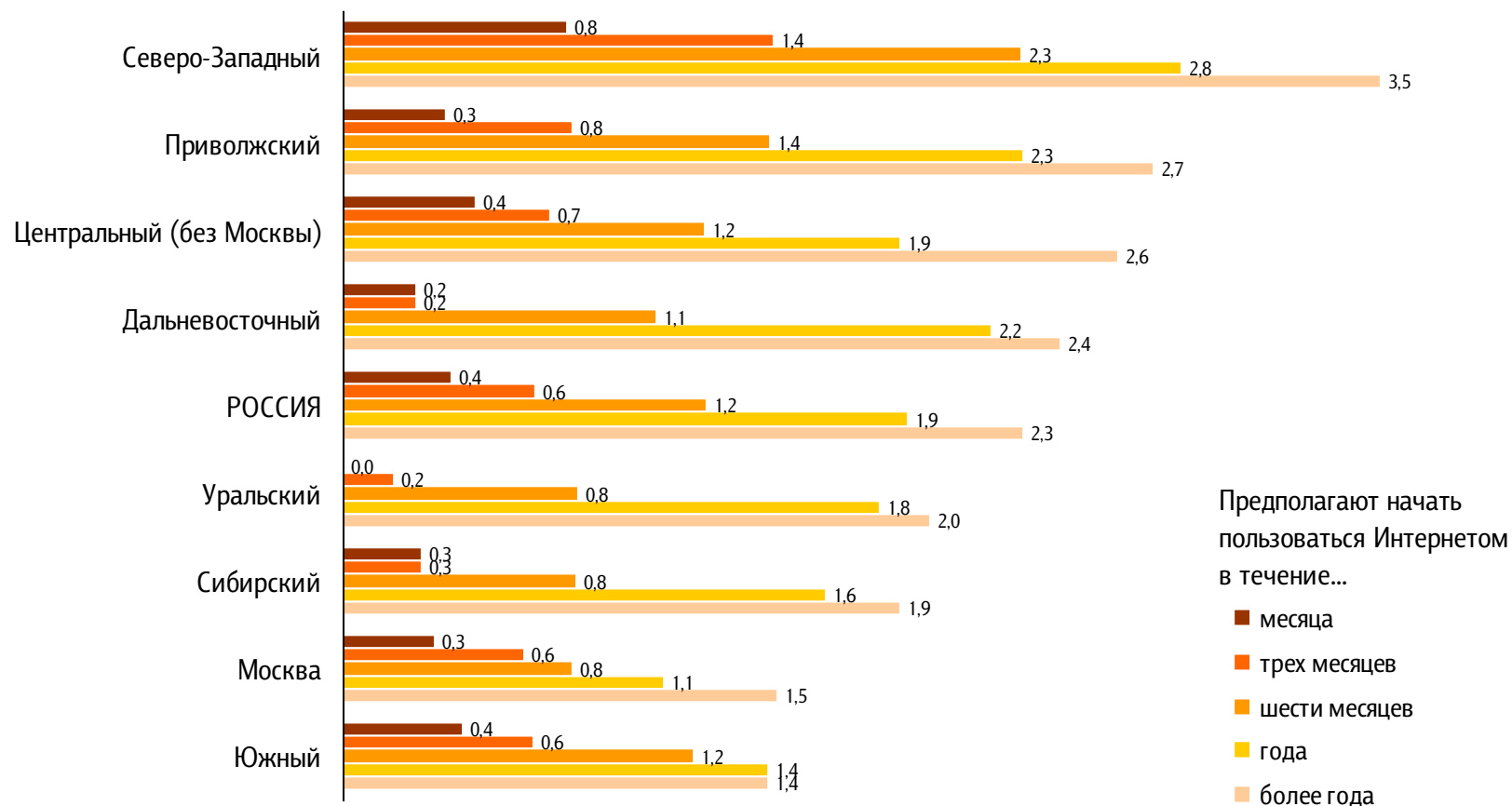
Динамика резервов увеличения аудитории Интернета. Россия, % от численности населения (нарастающим итогом)

Предполагают начать пользоваться Интернетом в течение:					
	месяца	трех месяцев	шести месяцев	года	более чем года
Лето 2003	0,5	0,9	1,5	2,8	6,2
Осень 2003	0,6	1,0	1,8	3,4	8,4
Зима 2003–2004	0,8	1,3	2,0	4,3	9,8
Весна 2004	0,6	1,0	1,7	3,6	8,5
Лето 2004	0,5	0,8	1,4	2,7	5,2
Осень 2004	0,5	0,8	1,1	2,1	3,4
Зима 2004–2005	0,4	0,7	1,1	2,3	3,3
Весна 2005	0,3	0,6	0,9	1,9	2,8
Лето 2005	0,4	0,8	1,1	2,0	3,0
Осень 2005	0,4	0,8	1,2	2,2	3,0
Зима 2005–2006	0,3	0,7	1,2	2,3	3,2
Весна 2006	0,5	0,8	1,2	2,4	3,2
Лето 2006	0,3	0,7	1,1	2,0	2,7
Осень 2006	0,3	0,7	1,0	2,0	2,8
Зима 2006–2007	0,4	0,7	1,1	2,1	2,7
Весна 2007	0,4	0,7	1,1	2,2	2,8
Лето 2007	0,3	0,7	1,1	2,1	2,8
Осень 2007	0,3	0,6	1,0	1,9	2,2
Зима 2007–2008	Замеры не производились				
Весна 2008	Замеры не производились				
Лето 2008	0,5	0,9	1,4	2,2	2,9
Осень 2008	0,5	1,0	1,6	2,8	3,5
Зима 2008–2009	Замеры не производились				
Март 2009	0,4	0,6	1,2	1,9	2,3

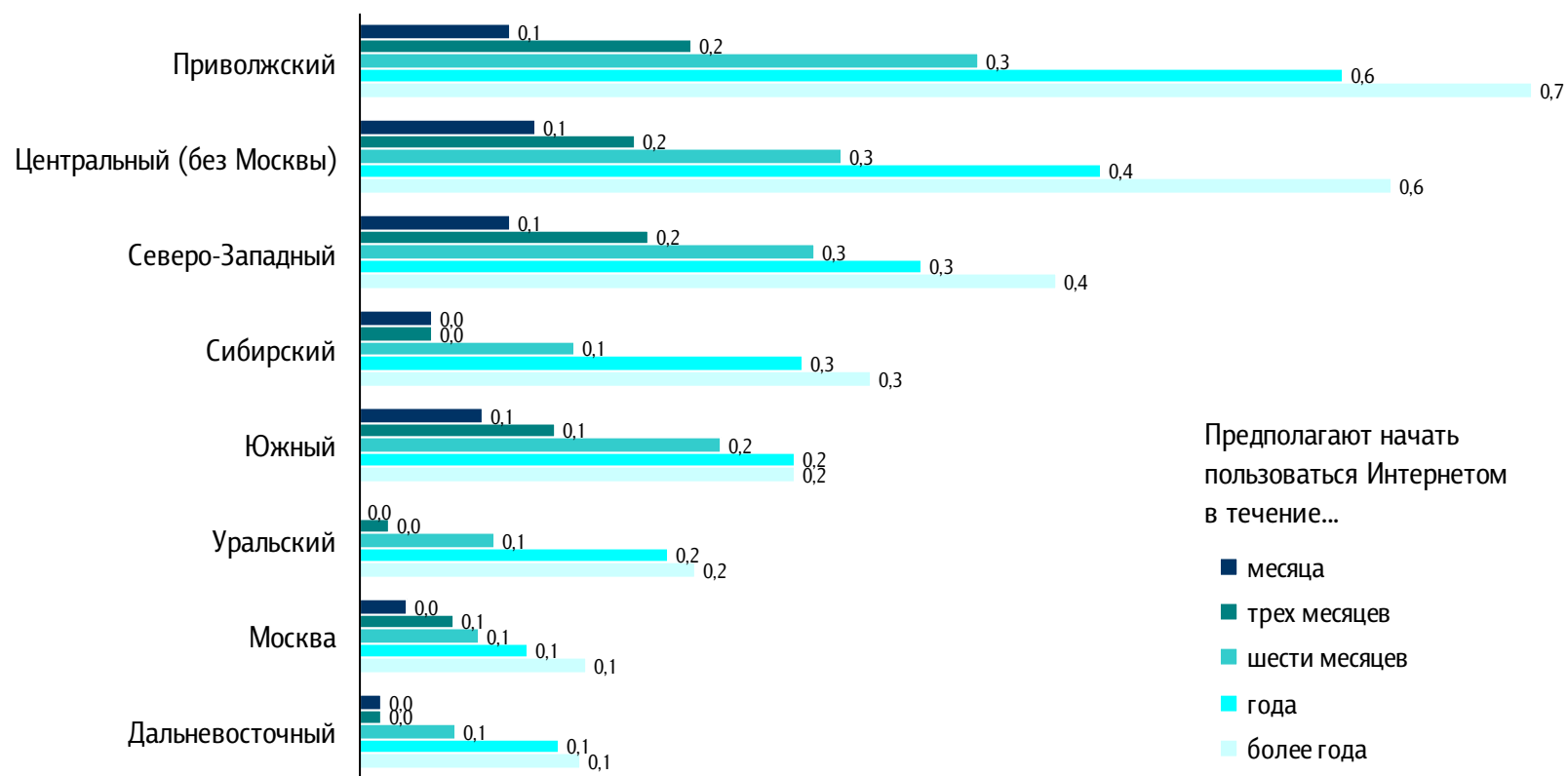
Динамика резервов увеличения аудитории Интернета. Россия, млн. чел. (нарастающим итогом)

Предполагают начать пользоваться Интернетом в течение:					
	месяца	трех месяцев	шести месяцев	года	более чем года
Лето 2003	0,5	1,0	1,6	3,0	6,9
Осень 2003	0,6	1,2	2,0	3,8	9,3
Зима 2003–2004	0,9	1,5	2,2	4,8	10,8
Весна 2004	0,7	1,1	1,9	4,0	9,4
Лето 2004	0,5	0,8	1,5	3,0	5,7
Осень 2004	0,5	0,9	1,2	2,4	3,7
Зима 2004–2005	0,4	0,7	1,2	2,5	3,7
Весна 2005	0,3	0,6	1,0	2,1	3,1
Лето 2005	0,5	0,9	1,2	2,2	3,3
Осень 2005	0,5	0,8	1,3	2,4	3,3
Зима 2005–2006	0,4	0,8	1,3	2,6	3,6
Весна 2006	0,5	0,9	1,3	2,7	3,7
Лето 2006	0,4	0,8	1,2	2,3	3,1
Осень 2006	0,4	0,8	1,2	2,2	3,2
Зима 2006–2007	0,4	0,8	1,3	2,3	3,1
Весна 2007	0,4	0,8	1,3	2,5	3,2
Лето 2007	0,3	0,8	1,2	2,4	3,2
Осень 2007	0,3	0,7	1,1	2,1	2,5
Зима 2007–2008	Замеры не производились				
Весна 2008	Замеры не производились				
Лето 2008	0,6	1,0	1,6	2,5	3,3
Осень 2008	0,6	1,1	1,8	3,2	4,0
Зима 2008–2009	Замеры не производились				
Март 2009	0,4	0,7	1,4	2,2	2,6

Доли намеренных начать пользоваться Интернетом в регионах, % от населения региона (нарастающим итогом)

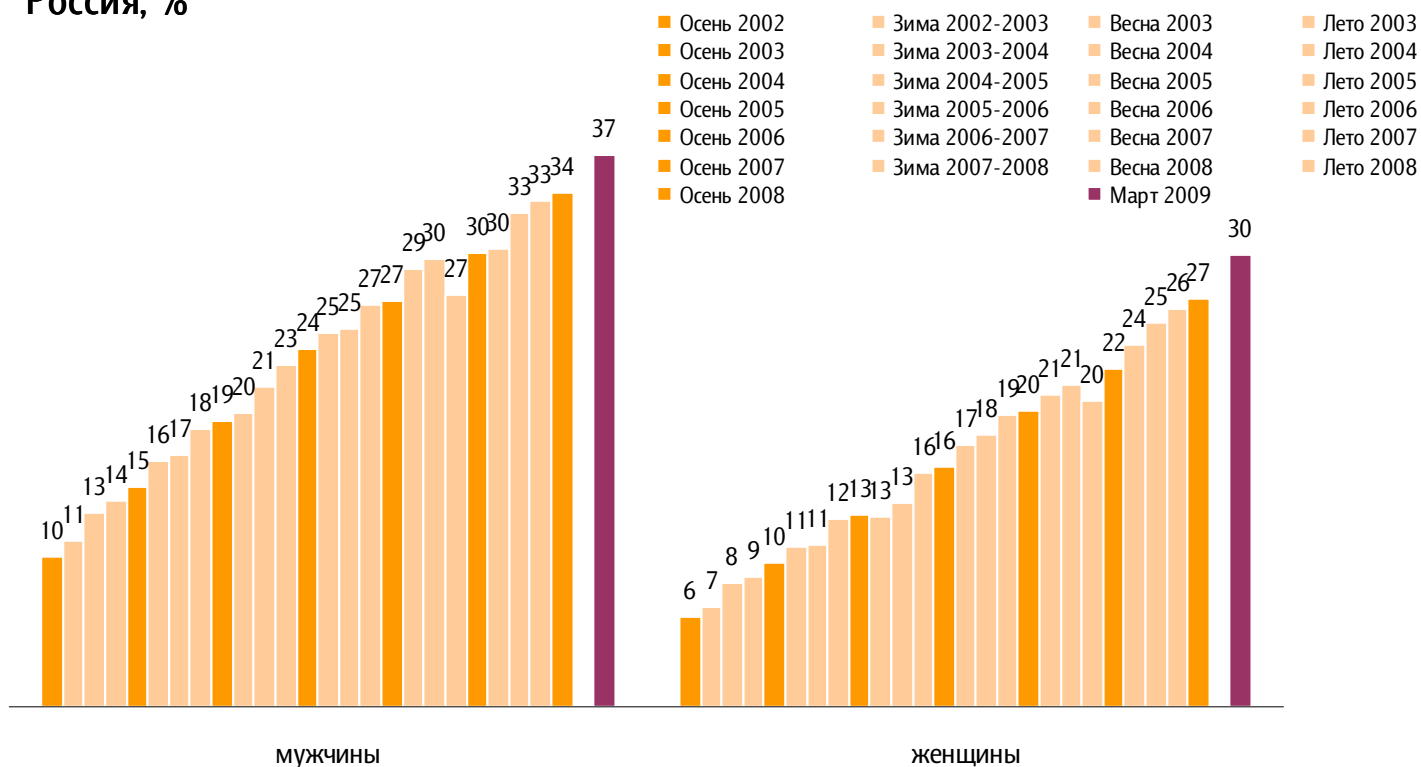


Число намеренных начать пользоваться Интернетом в регионах, млн. чел. (нарастающим итогом)

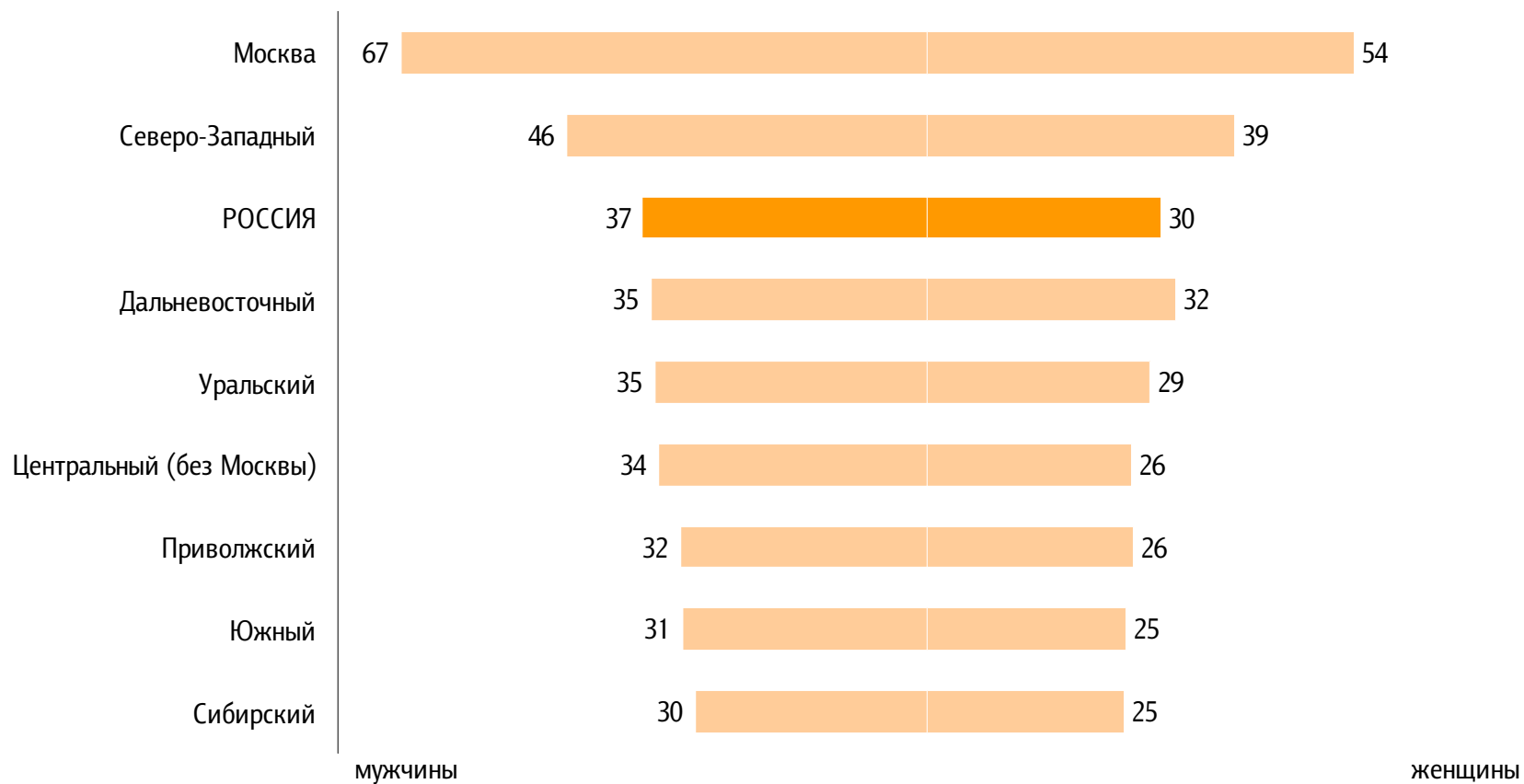


7. Структура пользователей. Пол

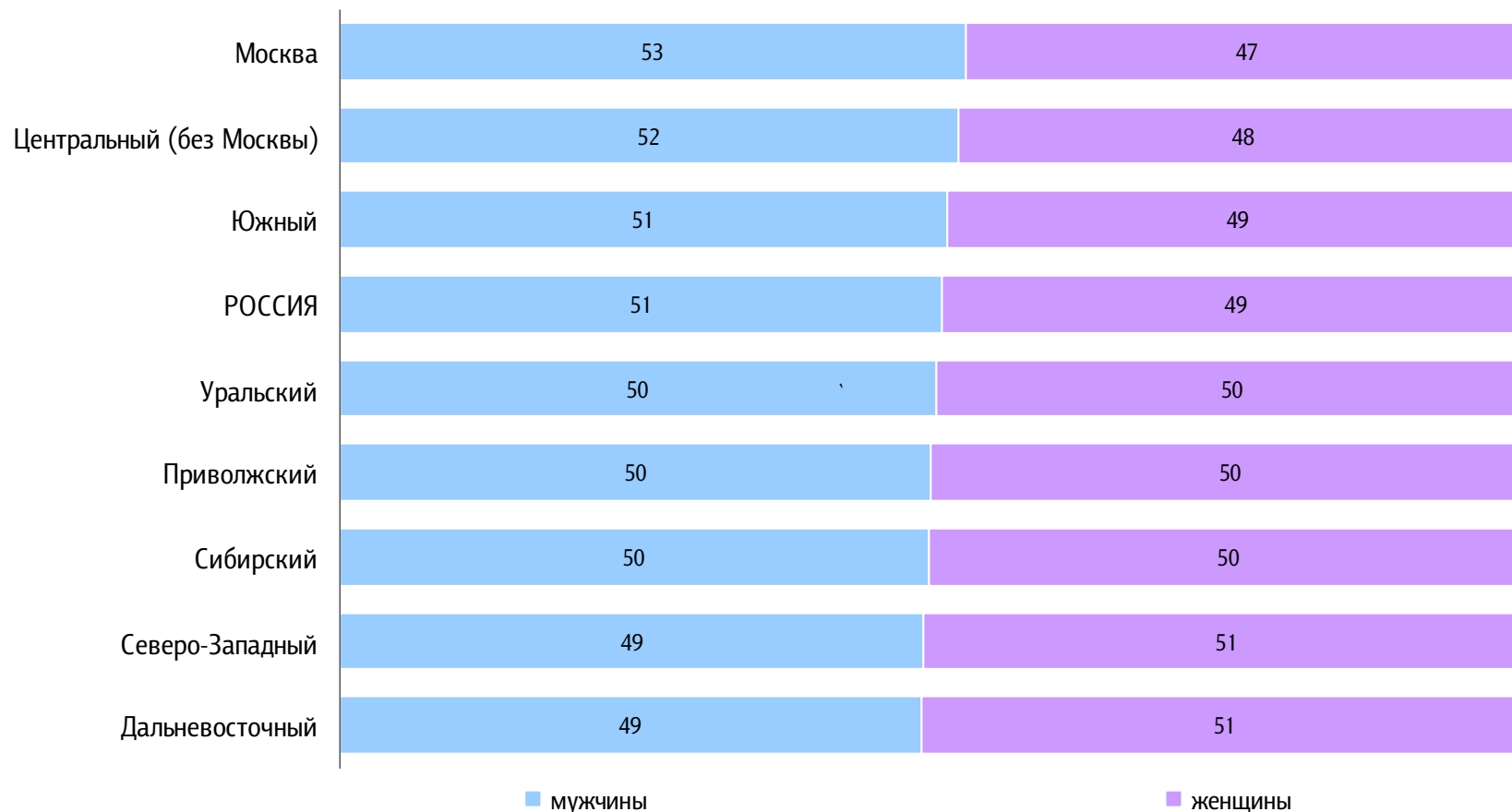
Динамика долей пользователей Интернета среди мужчин и женщин.
Россия, %



Доли пользователей Интернета среди мужчин и женщин. Регионы, %

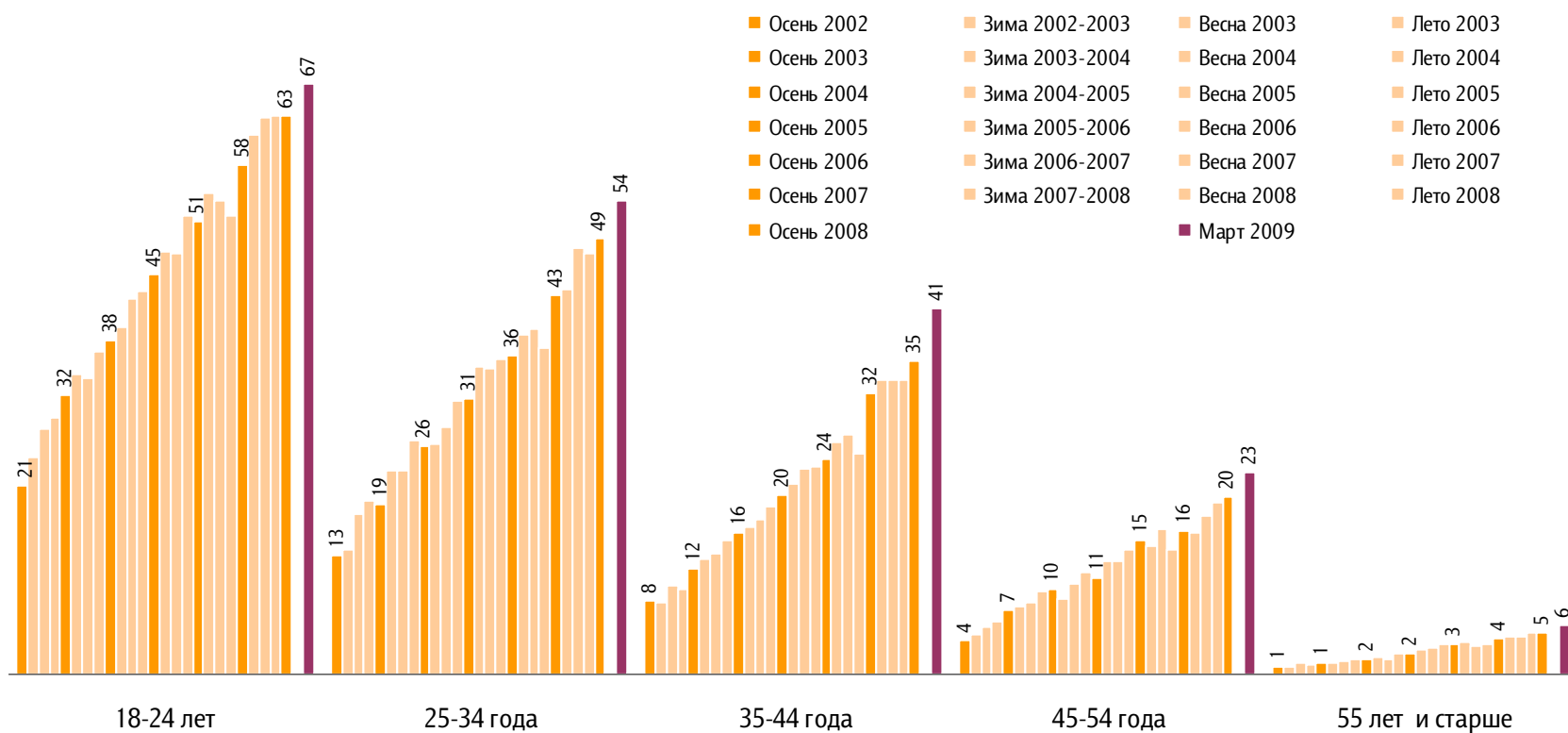


Распределение пользователей Интернета по полу. Регионы, %



8. Структура пользователей. Возраст

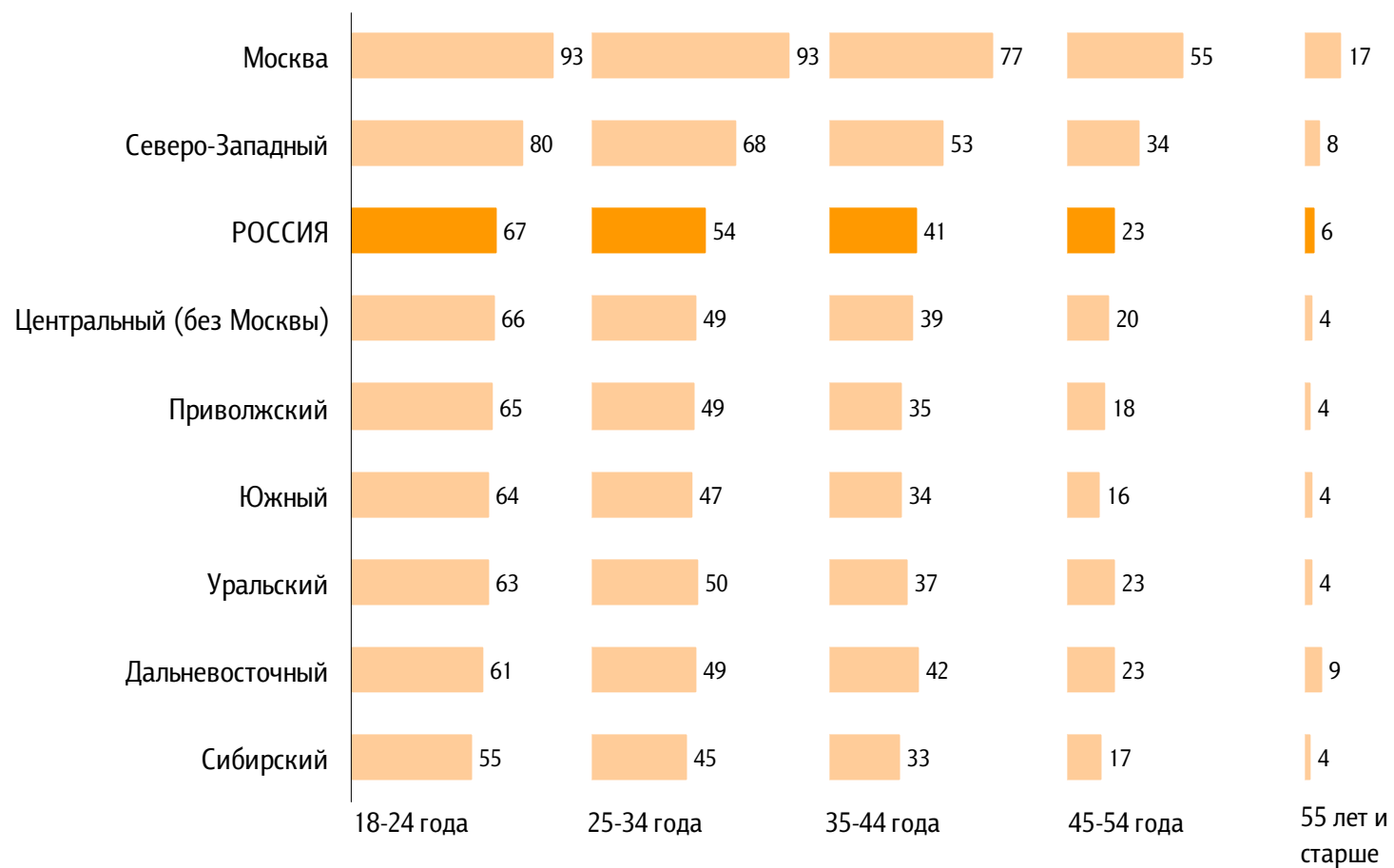
Динамика долей пользователей Интернета среди лиц разного возраста.
Россия, %



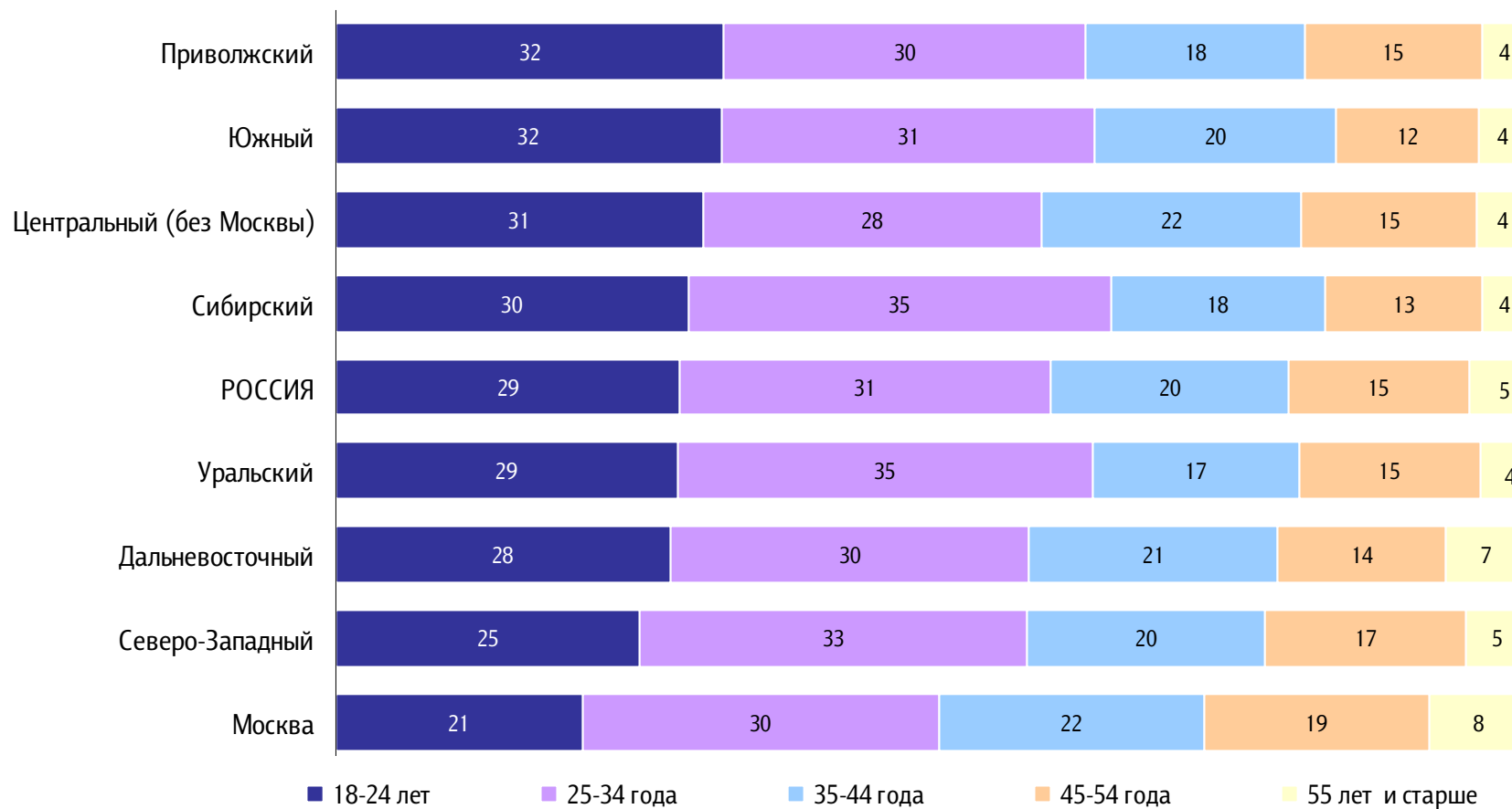
Динамика долей пользователей Интернета среди лиц разного возраста. Россия, %

	18–24	25–34	35–44	45–54	55 лет и старше
Осень 2002	21	13	8	4	1
Зима 2002–2003	25	14	8	4	1
Весна 2003	28	18	10	5	1
Лето 2003	29	20	10	6	1
Осень 2003	32	19	12	7	1
Зима 2003–2004	34	23	13	8	1
Весна 2004	34	23	14	8	1
Лето 2004	37	26	15	9	2
Осень 2004	38	26	16	10	2
Зима 2004–2005	39	26	17	9	2
Весна 2005	42	28	18	10	2
Лето 2005	43	31	19	12	2
Осень 2005	45	31	20	11	2
Зима 2005–2006	48	35	22	13	3
Весна 2006	48	35	23	13	3
Лето 2006	52	36	24	14	3
Осень 2006	51	36	24	15	3
Зима 2006–2007	54	38	26	15	4
Весна 2007	54	39	27	17	3
Лето 2007	52	37	25	14	3
Осень 2007	58	43	32	16	4
Зима 2007–2008	61	44	33	16	4
Весна 2008	63	48	33	18	4
Лето 2008	63	48	33	19	5
Осень 2008	63	49	35	20	5
Зима 2008–2009	Замеры не производились				
Март 2009	67	54	41	23	6

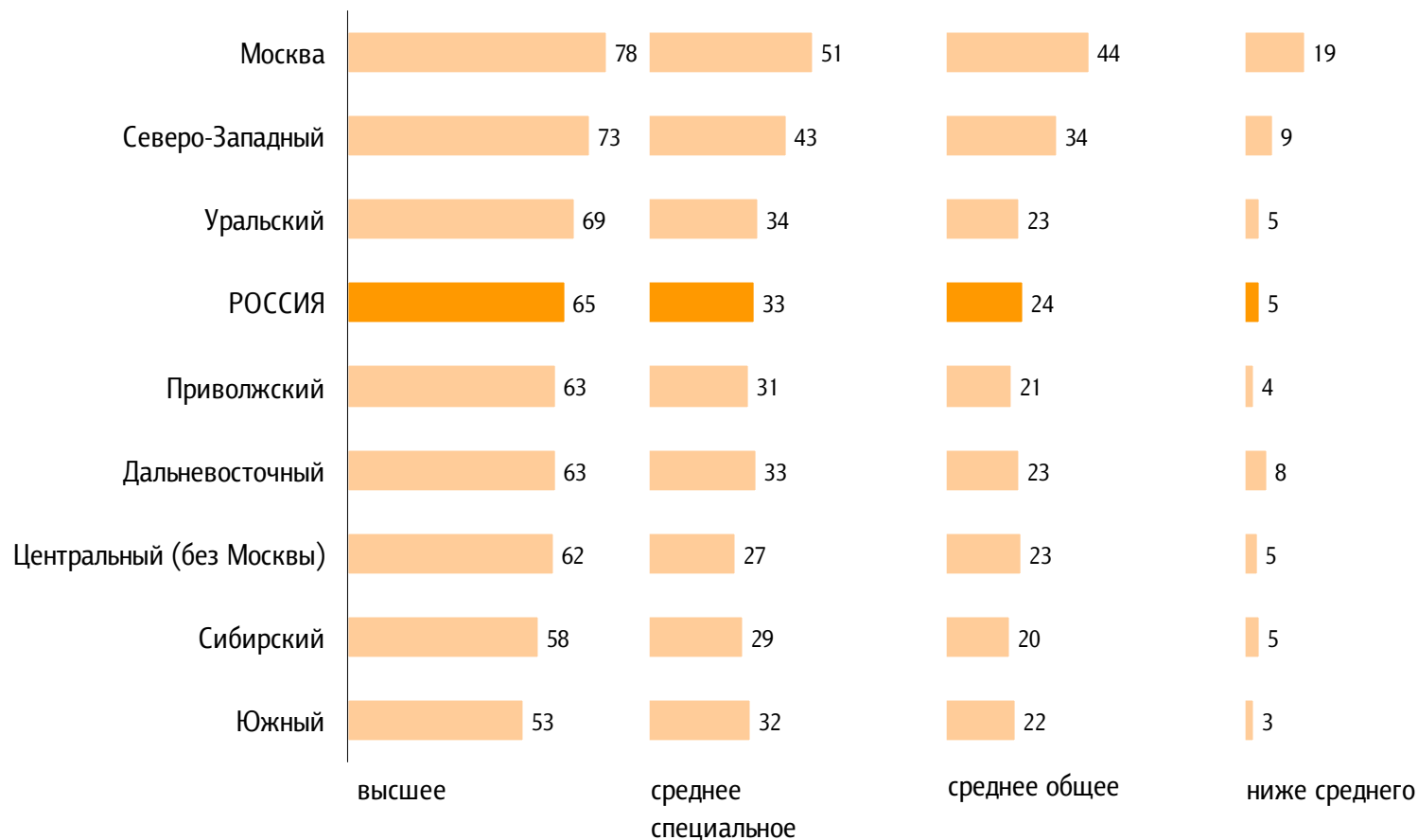
Доли пользователей Интернета в возрастных группах. Регионы, %



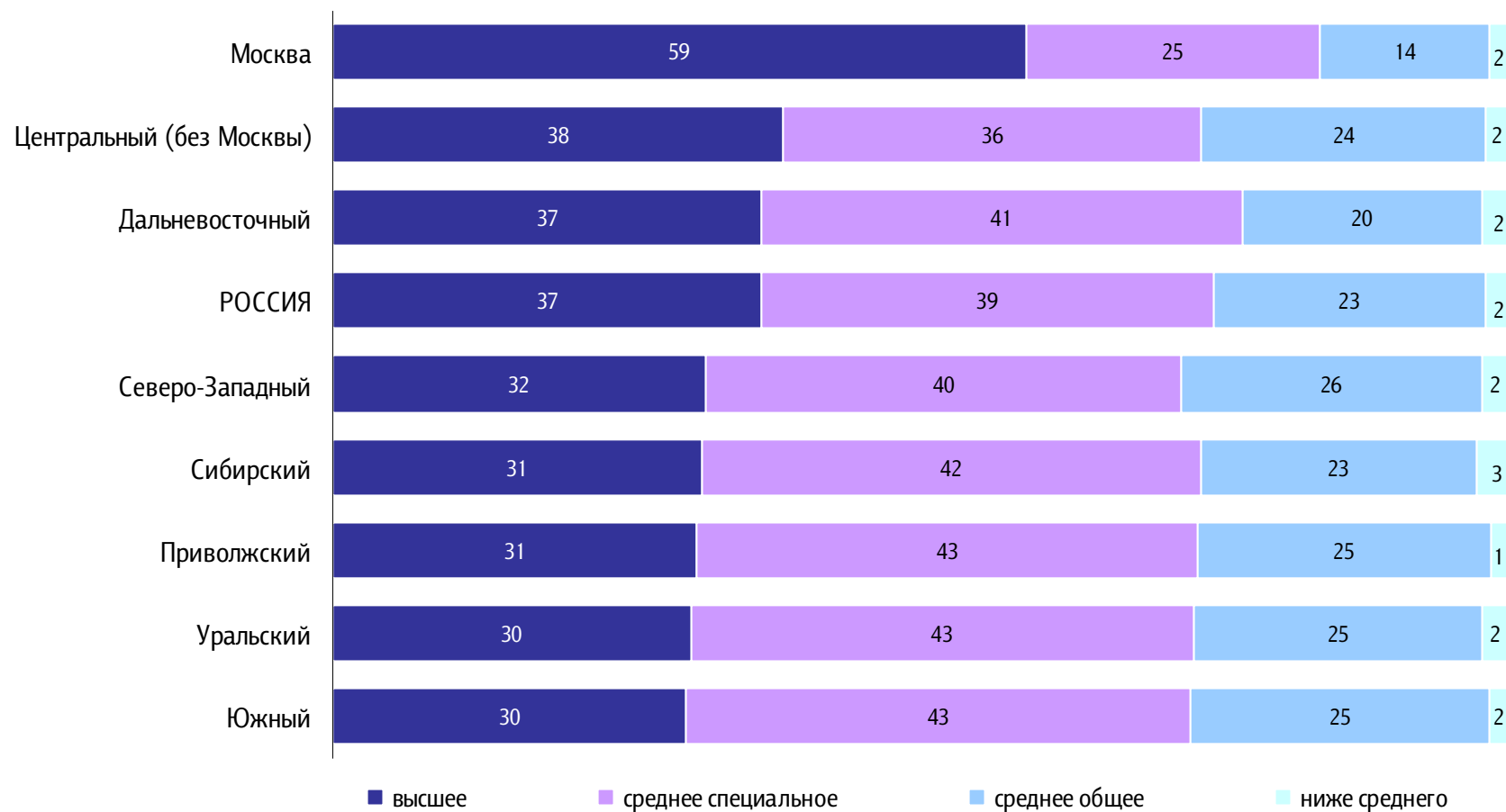
Распределение пользователей по возрасту. Регионы, %



Доли пользователей Интернета в группах с разным образованием. Регионы, %

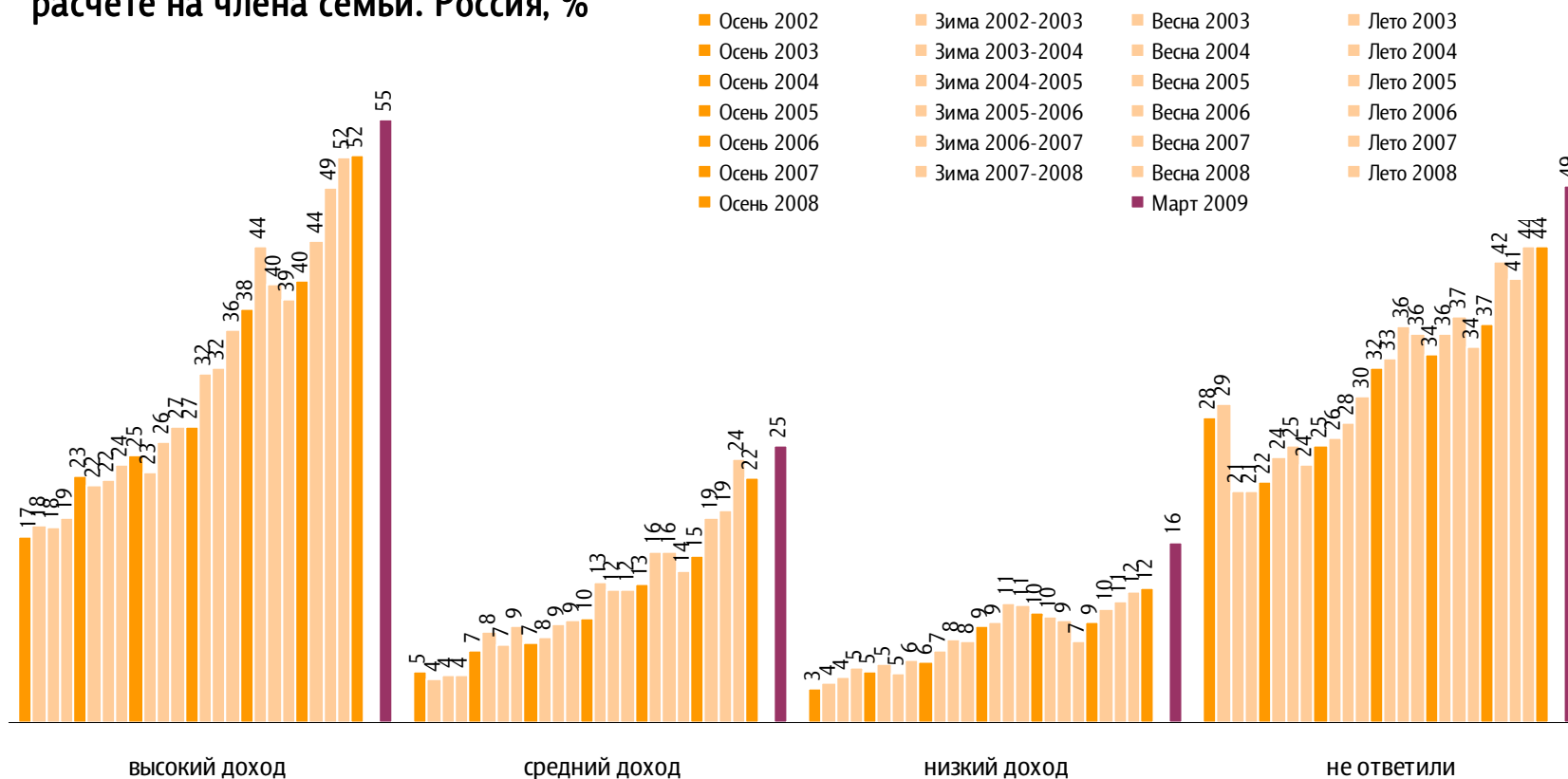


Распределение пользователей Интернета по образованию. Регионы, %



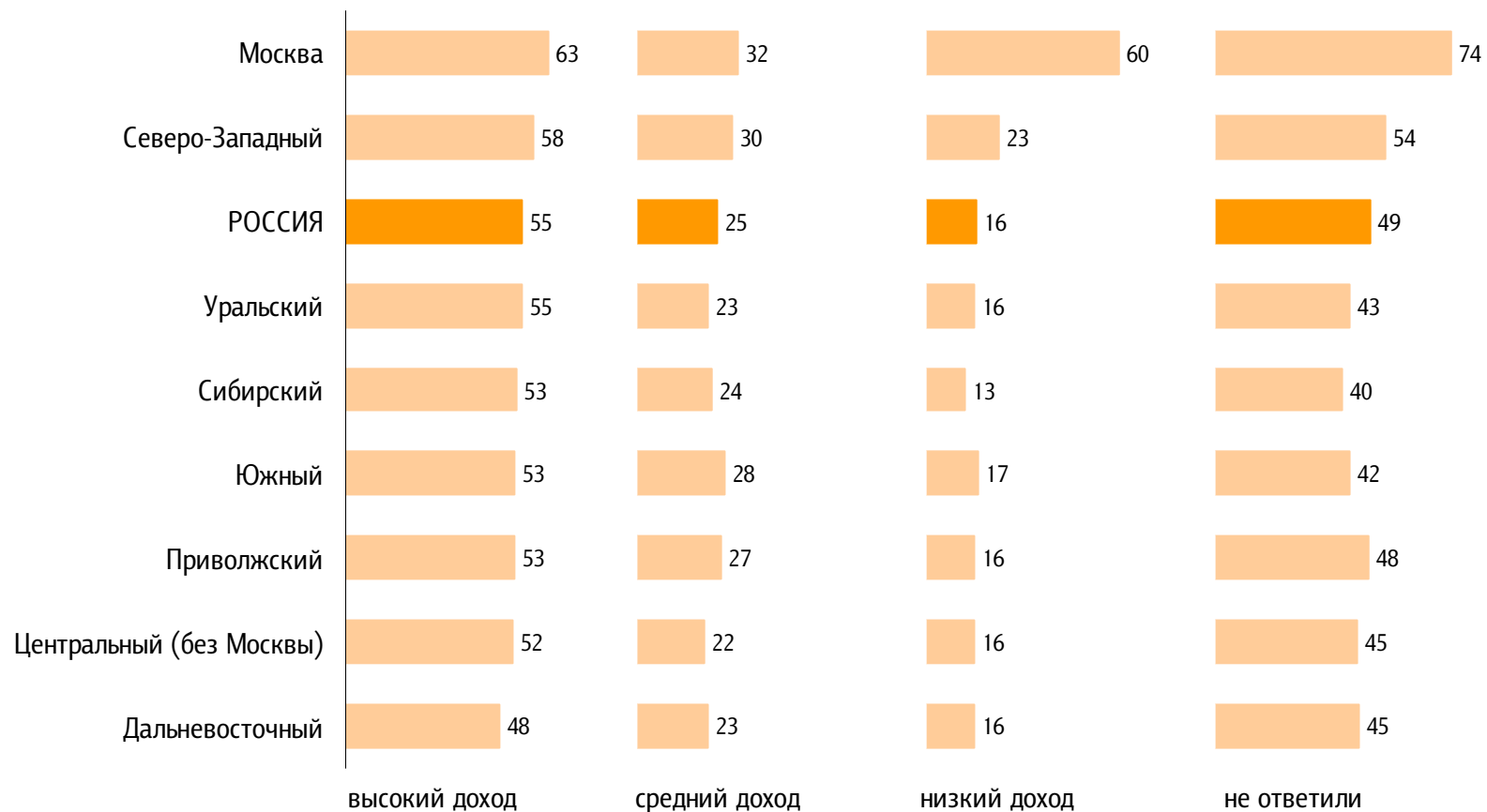
10. Структура пользователей. Доход

Динамика долей пользователей Интернета среди лиц с разным доходом в расчете на члена семьи. Россия, %

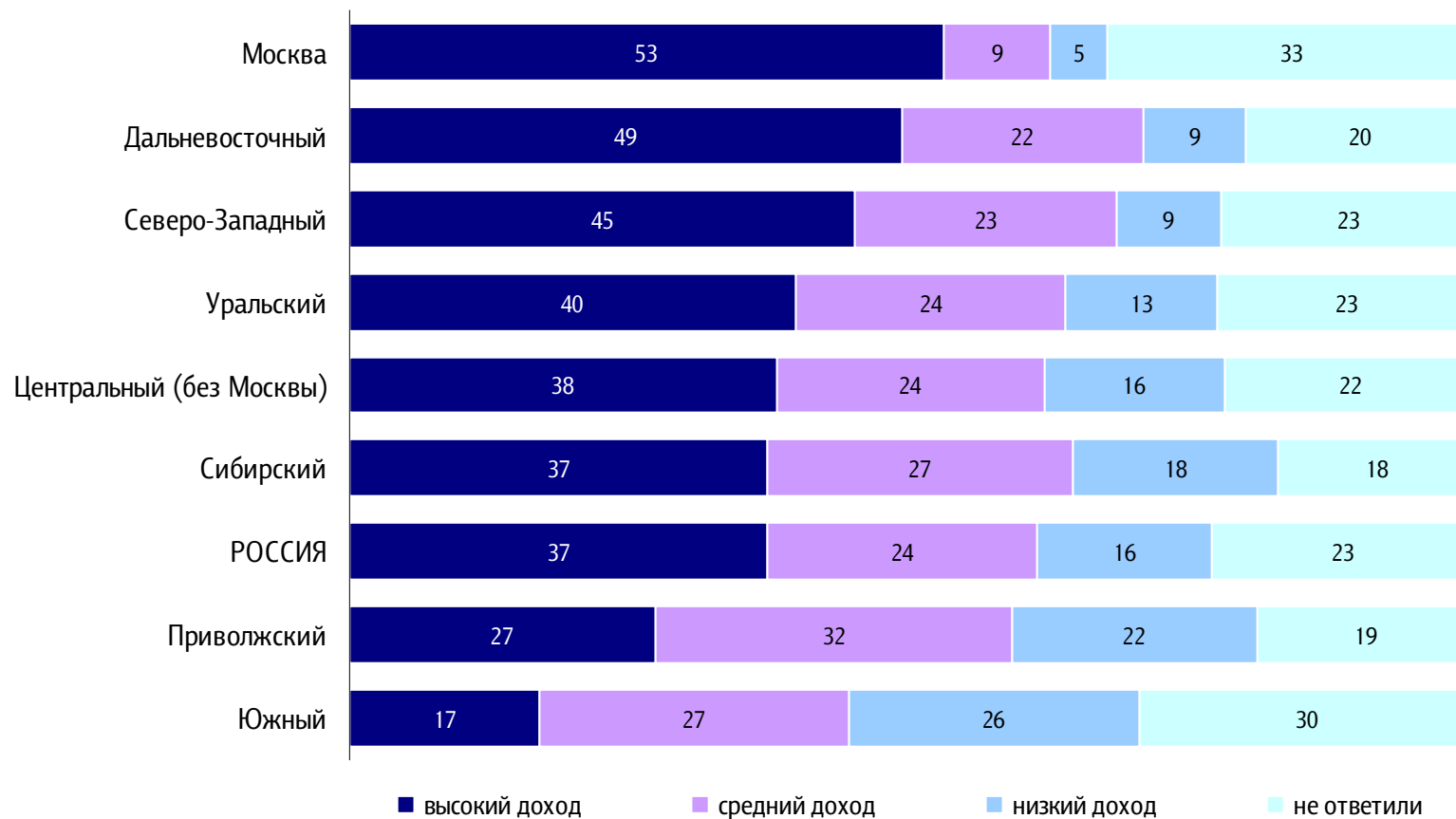


Пояснение. Респонденты в возрасте 18 лет и старше, указавшие доход в расчете на члена семьи, разбиты на группы с разным доходом максимально равномерно. В данном случае: высокий доход (более 7000 руб. в месяц) – 22% выборки; средний доход (от 4001 до 7000 руб. в месяц) – 31% выборки; низкий доход (не более 4000 руб. в месяц) – 31% выборки; не ответили – 16% выборки.

Доли пользователей Интернета в группах с разным доходом в расчете на члена семьи. Регионы, %

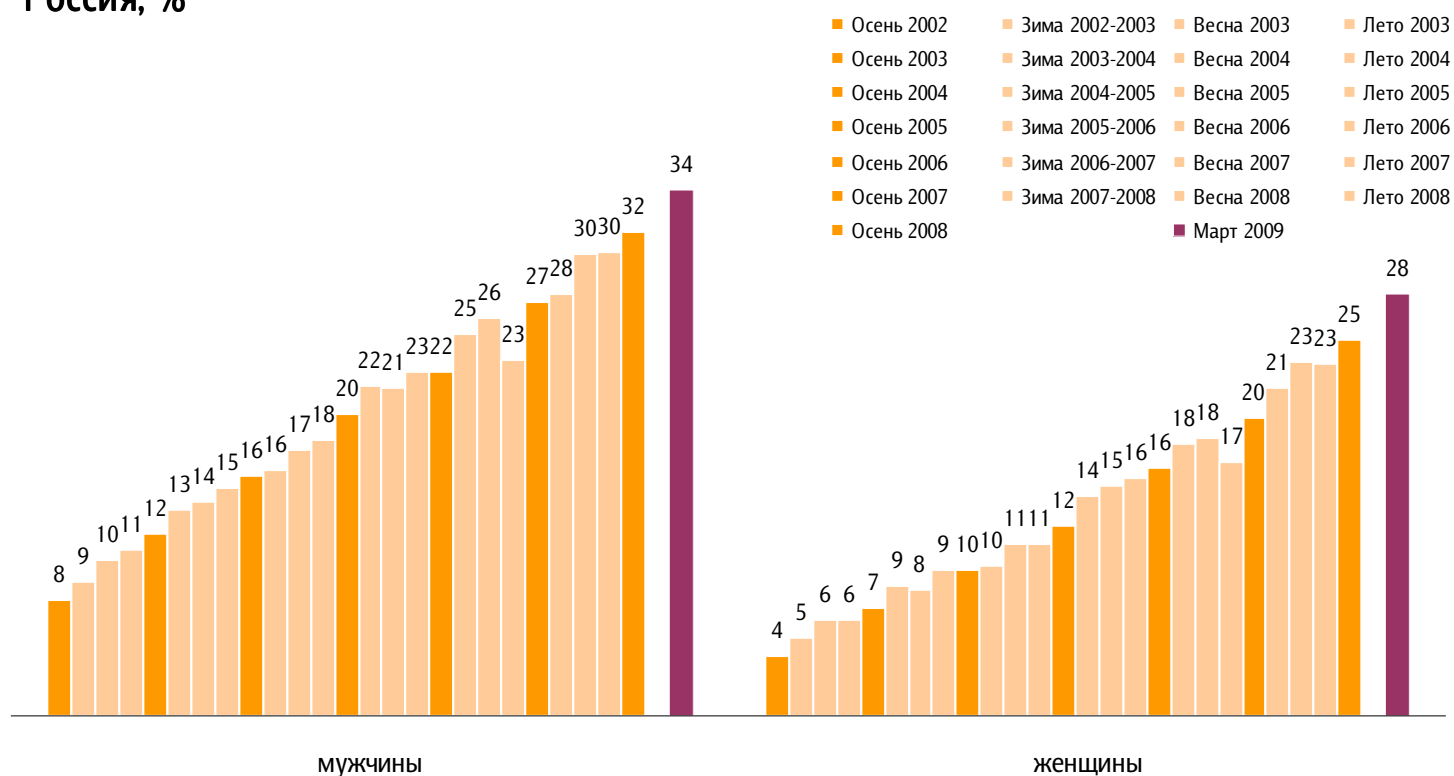


Распределение пользователей Интернета по доходу на члена семьи. Регионы, %

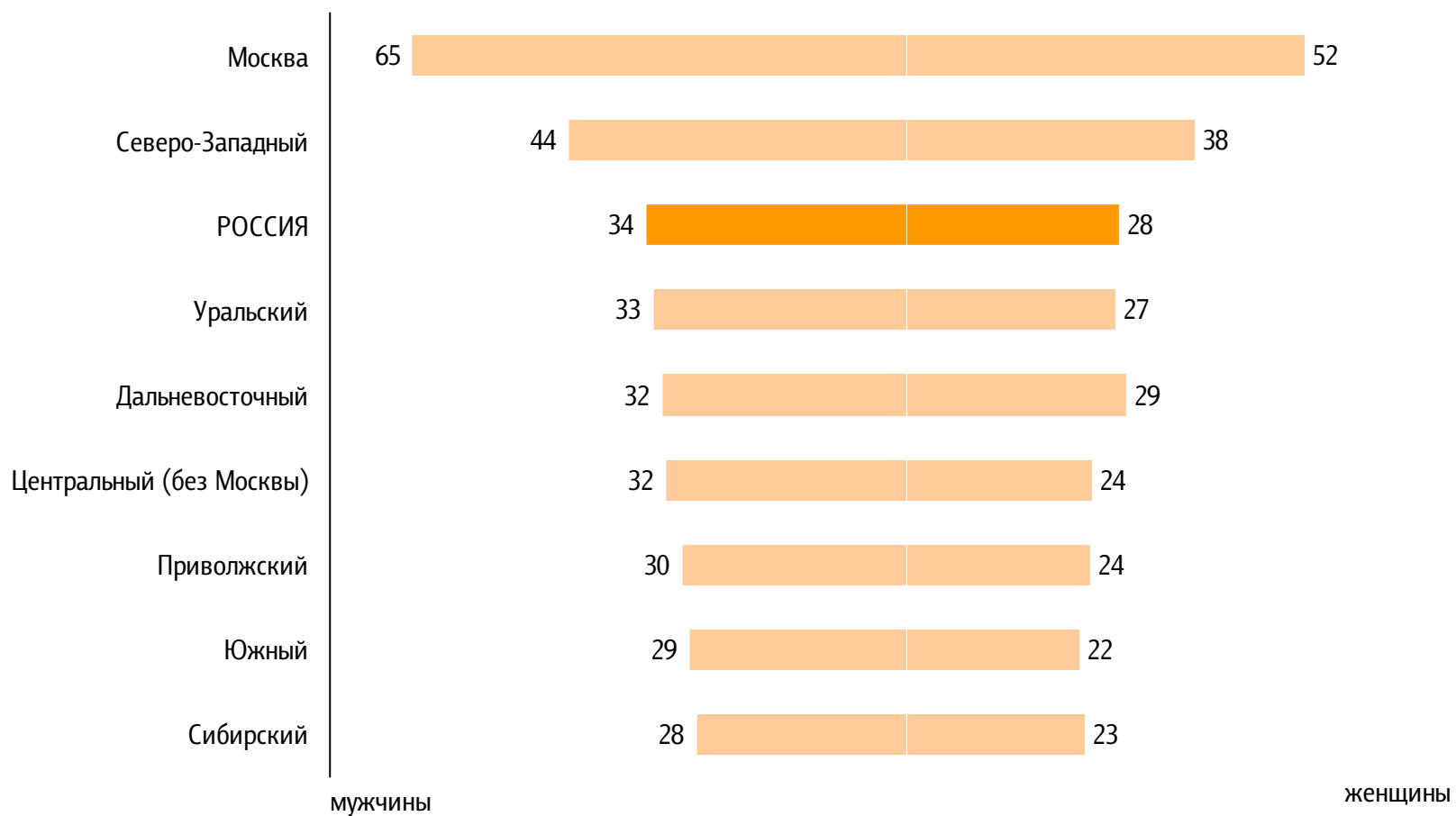


11. Структура месячной аудитории. Пол

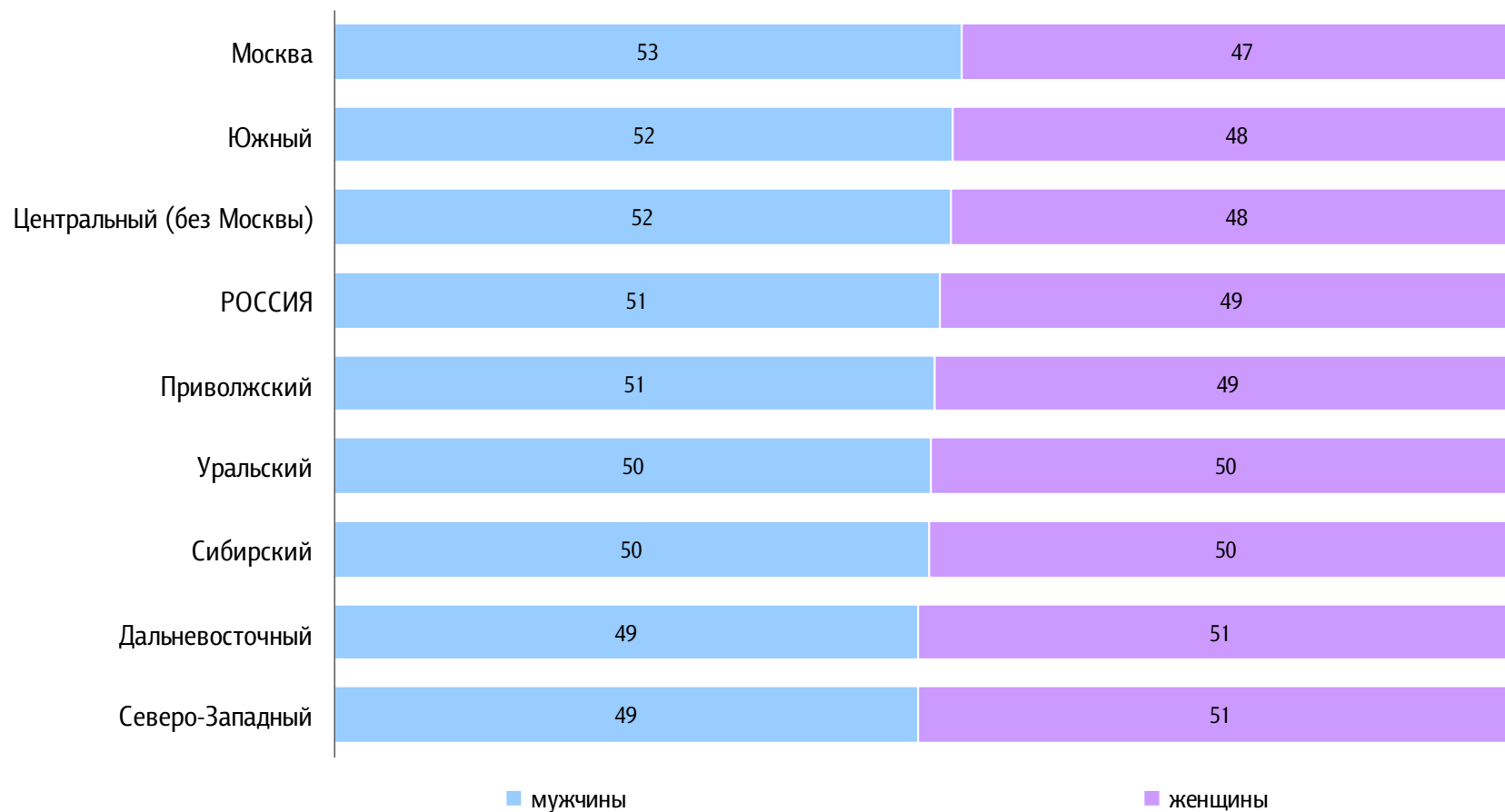
Динамика долей месячной аудитории Интернета среди мужчин и женщин.
Россия, %



Доли месячной аудитории Интернета среди мужчин и женщин. Регионы, %

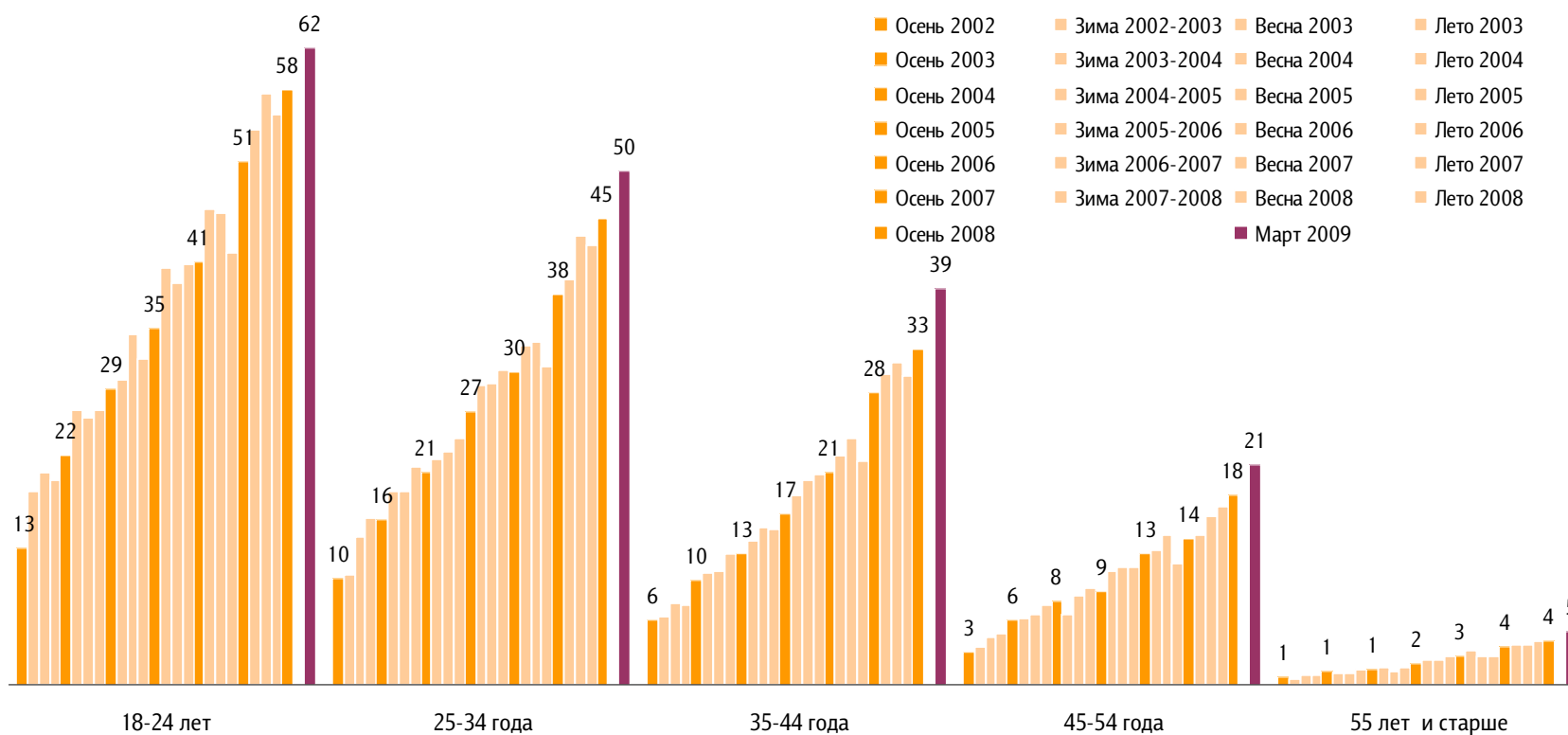


Распределение месячной аудитории Интернета по полу. Регионы, %



12. Структура месячной аудитории. Возраст

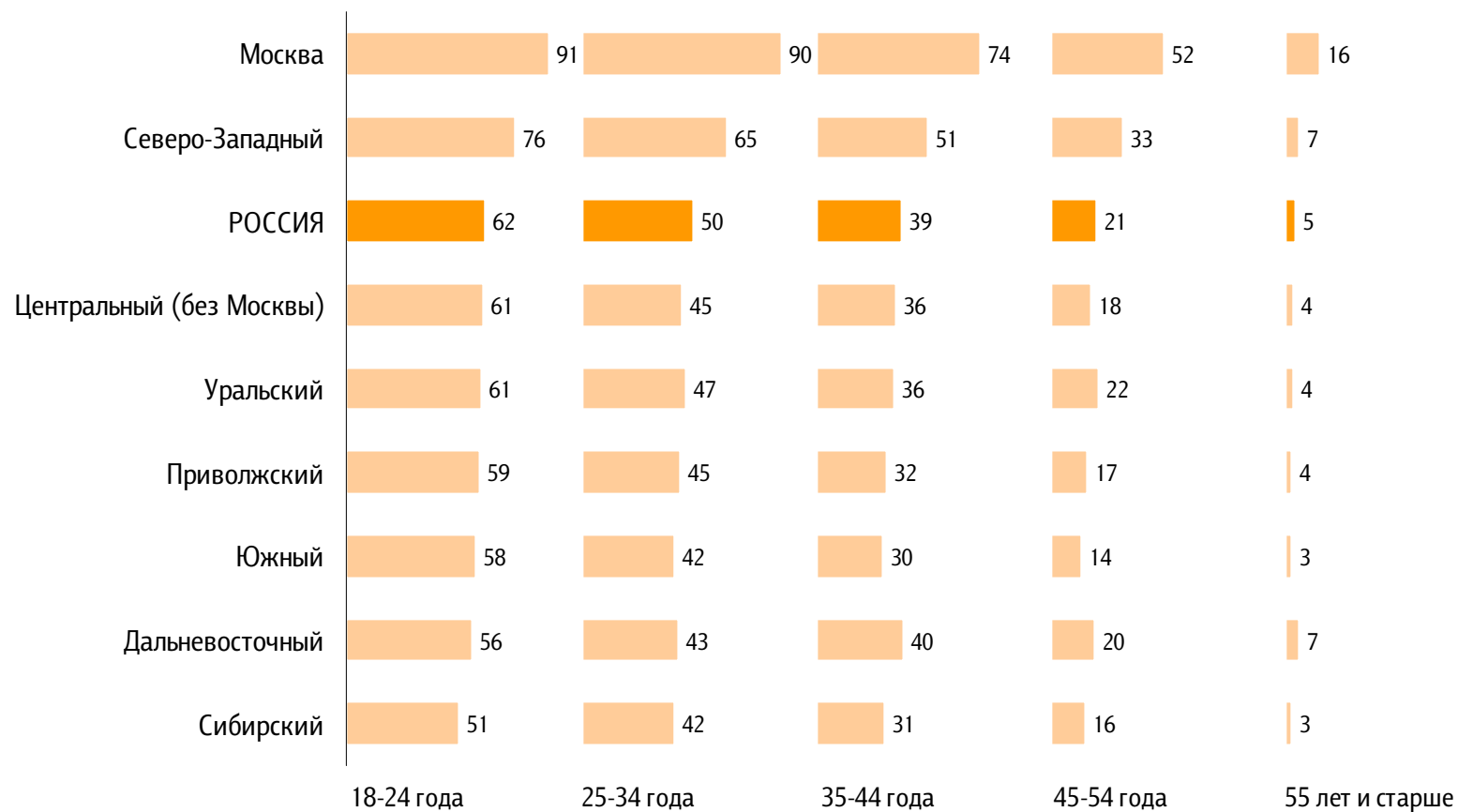
Динамика долей месячной аудитории Интернета среди лиц разного возраста. Россия, %



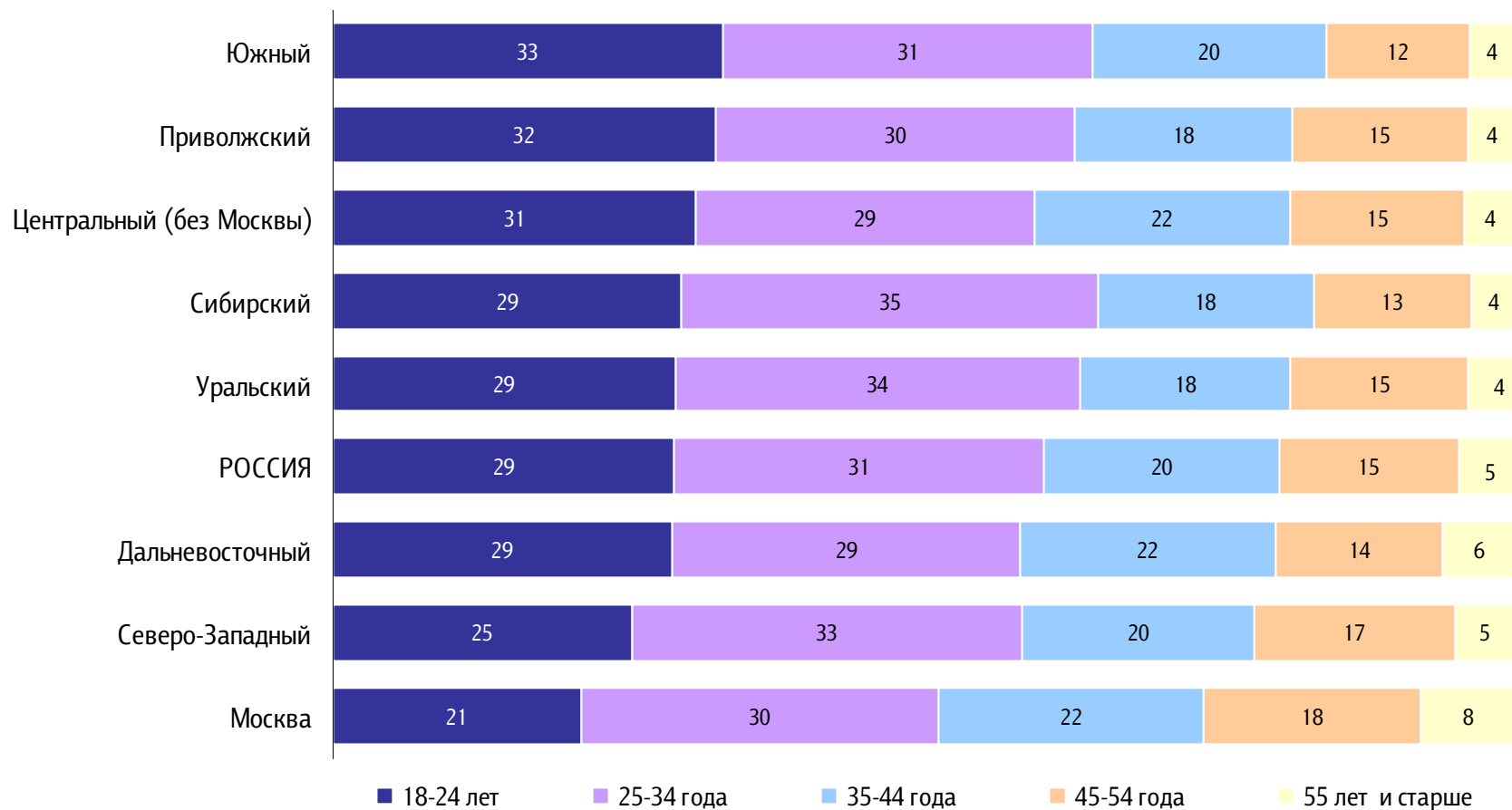
Динамика долей месячной аудитории Интернета среди лиц разного возраста. Россия, %

	18–24	25–34	35–44	45–54	55 лет и старше
Осень 2002	13	10	6	3	1
Зима 2002–2003	19	11	7	4	1
Весна 2003	21	14	8	5	1
Лето 2003	20	16	8	5	1
Осень 2003	22	16	10	6	1
Зима 2003–2004	27	19	11	7	1
Весна 2004	26	19	11	7	1
Лето 2004	27	21	13	8	1
Осень 2004	29	21	13	8	1
Зима 2004–2005	30	22	14	7	2
Весна 2005	34	23	15	9	1
Лето 2005	32	24	15	9	2
Осень 2005	35	27	17	9	2
Зима 2005–2006	41	29	19	11	2
Весна 2006	39	29	20	11	2
Лето 2006	41	31	20	12	3
Осень 2006	41	30	21	13	3
Зима 2006–2007	46	33	22	13	3
Весна 2007	46	33	24	15	3
Лето 2007	42	31	22	12	3
Осень 2007	51	38	28	14	4
Зима 2007–2008	54	39	30	15	4
Весна 2008	58	44	31	16	4
Лето 2008	56	43	30	17	4
Осень 2008	58	45	33	18	4
Зима 2008–2009	Замеры не производились				
Март 2009	62	50	39	21	5

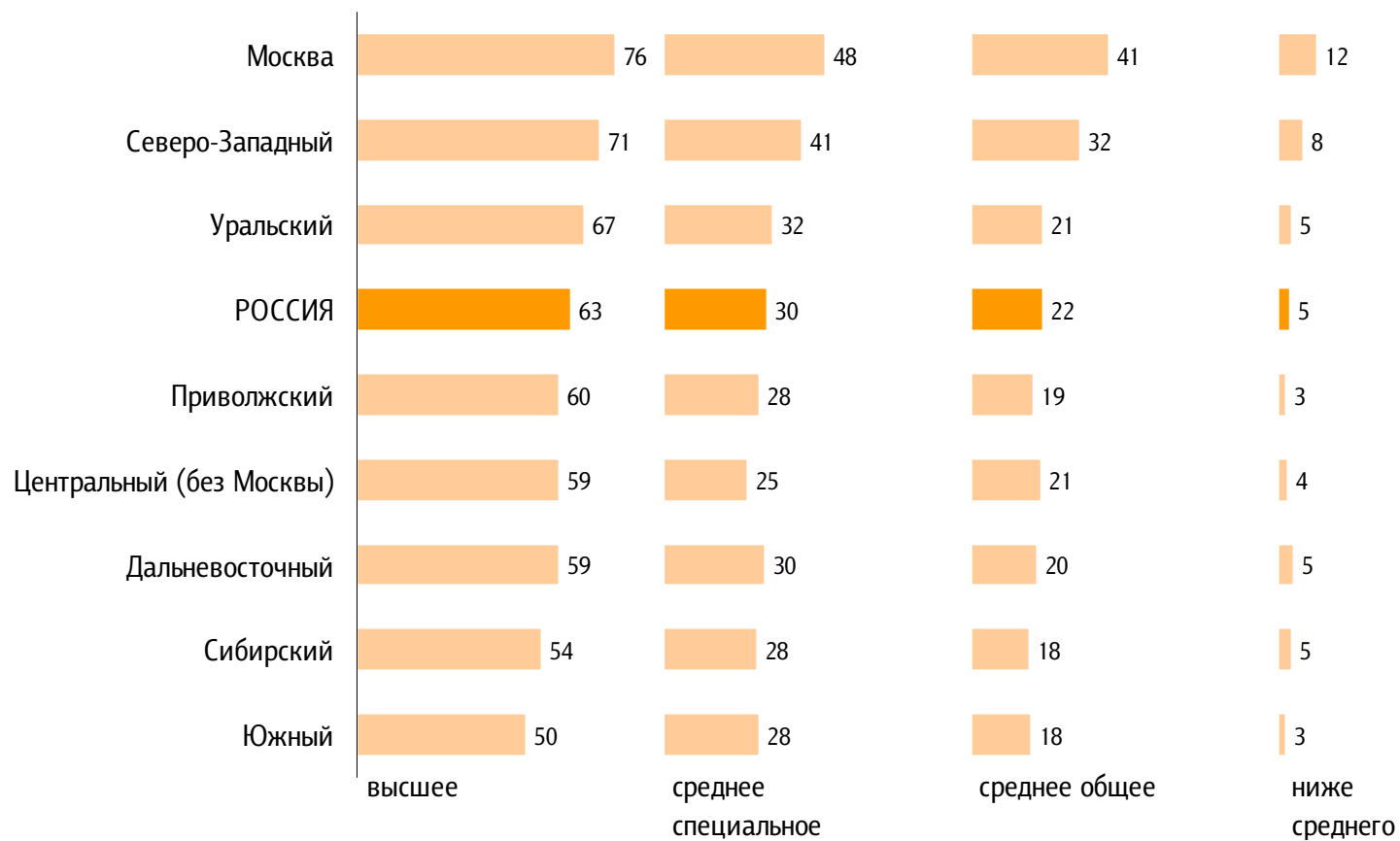
Доли месячной аудитории Интернета в возрастных группах. Регионы, %



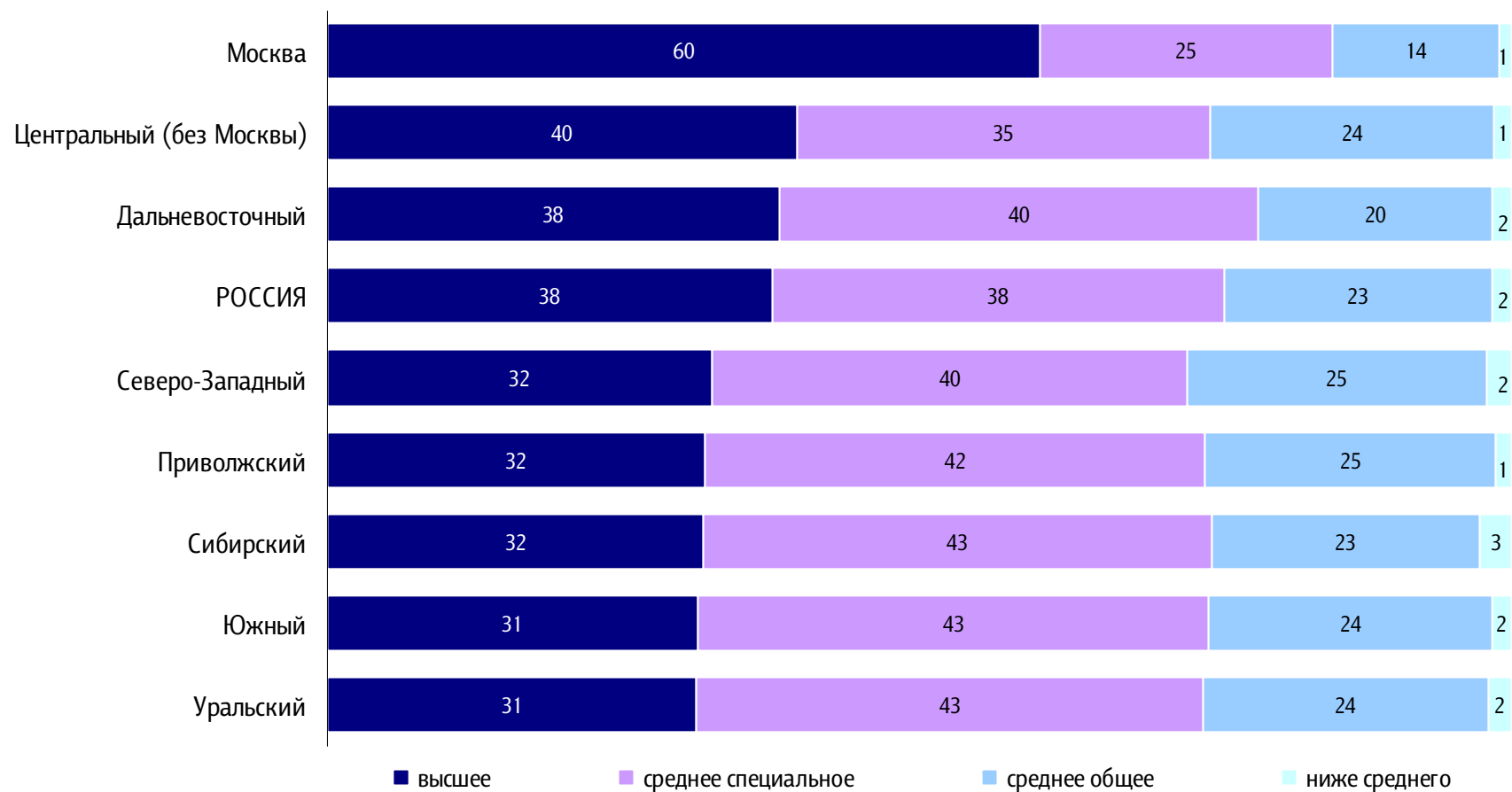
Распределение месячной аудитории по возрасту. Регионы, %



Доли месячной аудитории Интернета в группах с разным образованием. Регионы, %

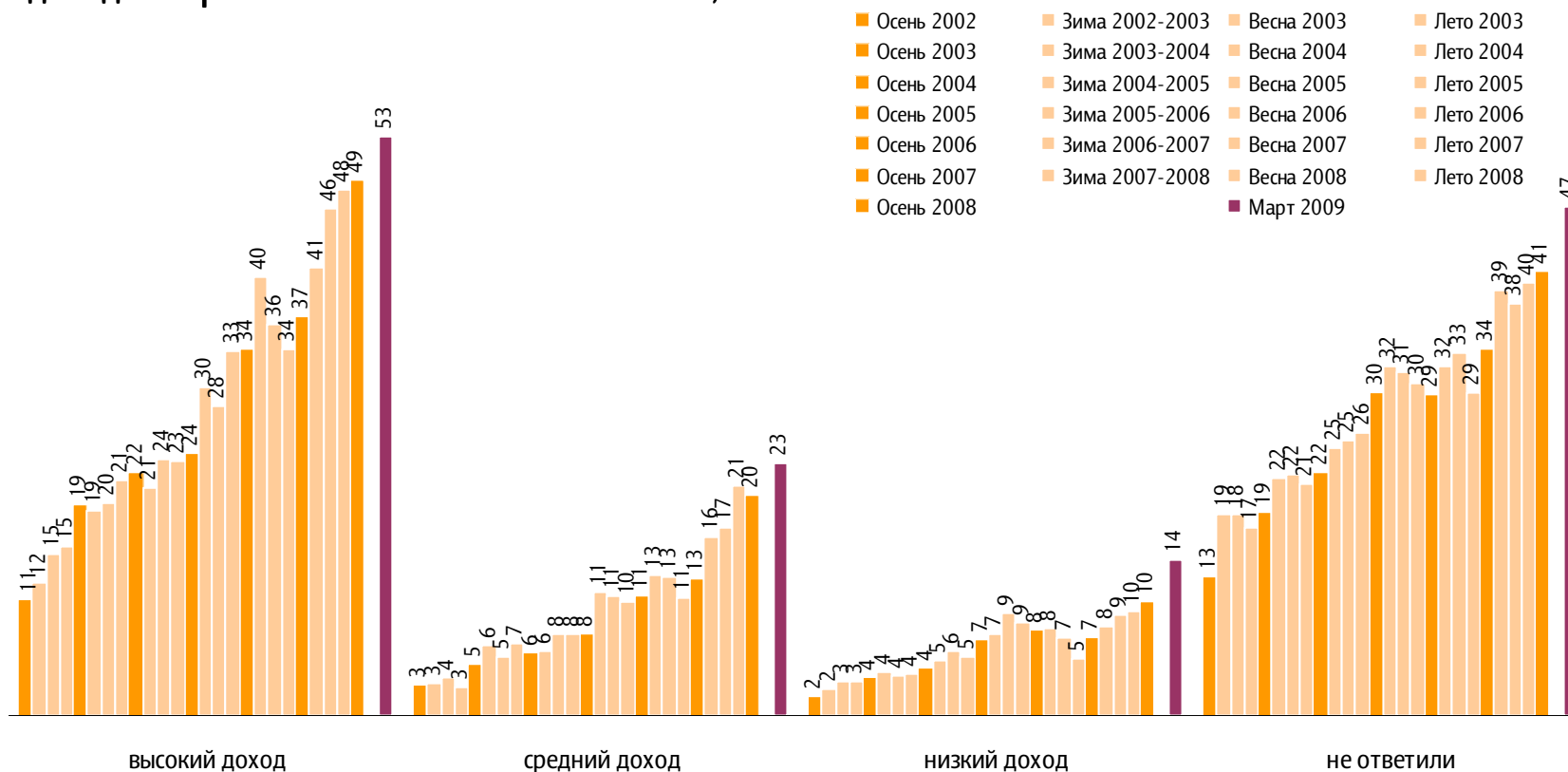


Распределение месячной аудитории Интернета по образованию. Регионы, %



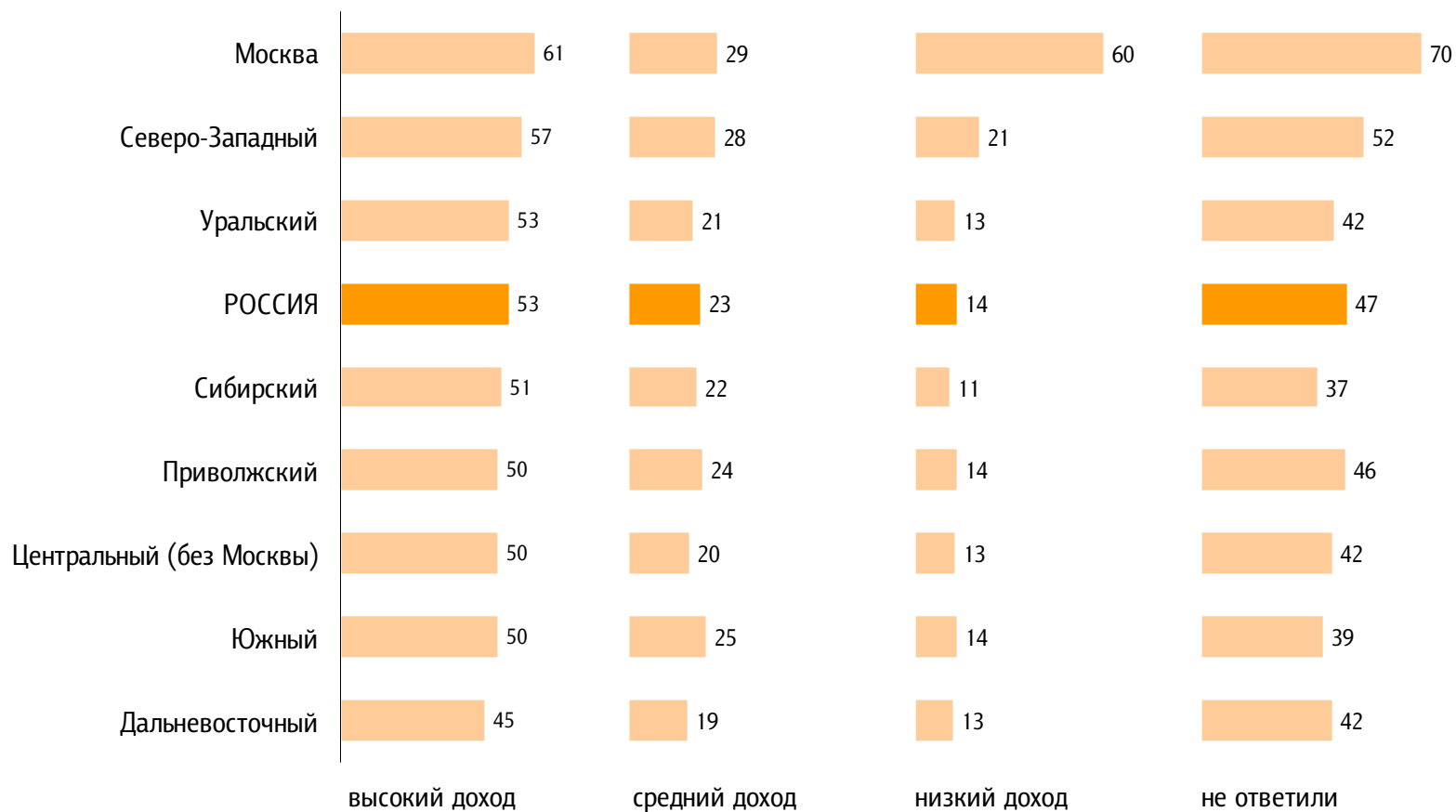
14. Структура месячной аудитории. Доход

Динамика долей месячной аудитории Интернета среди лиц с разным доходом в расчете на члена семьи. Россия, %

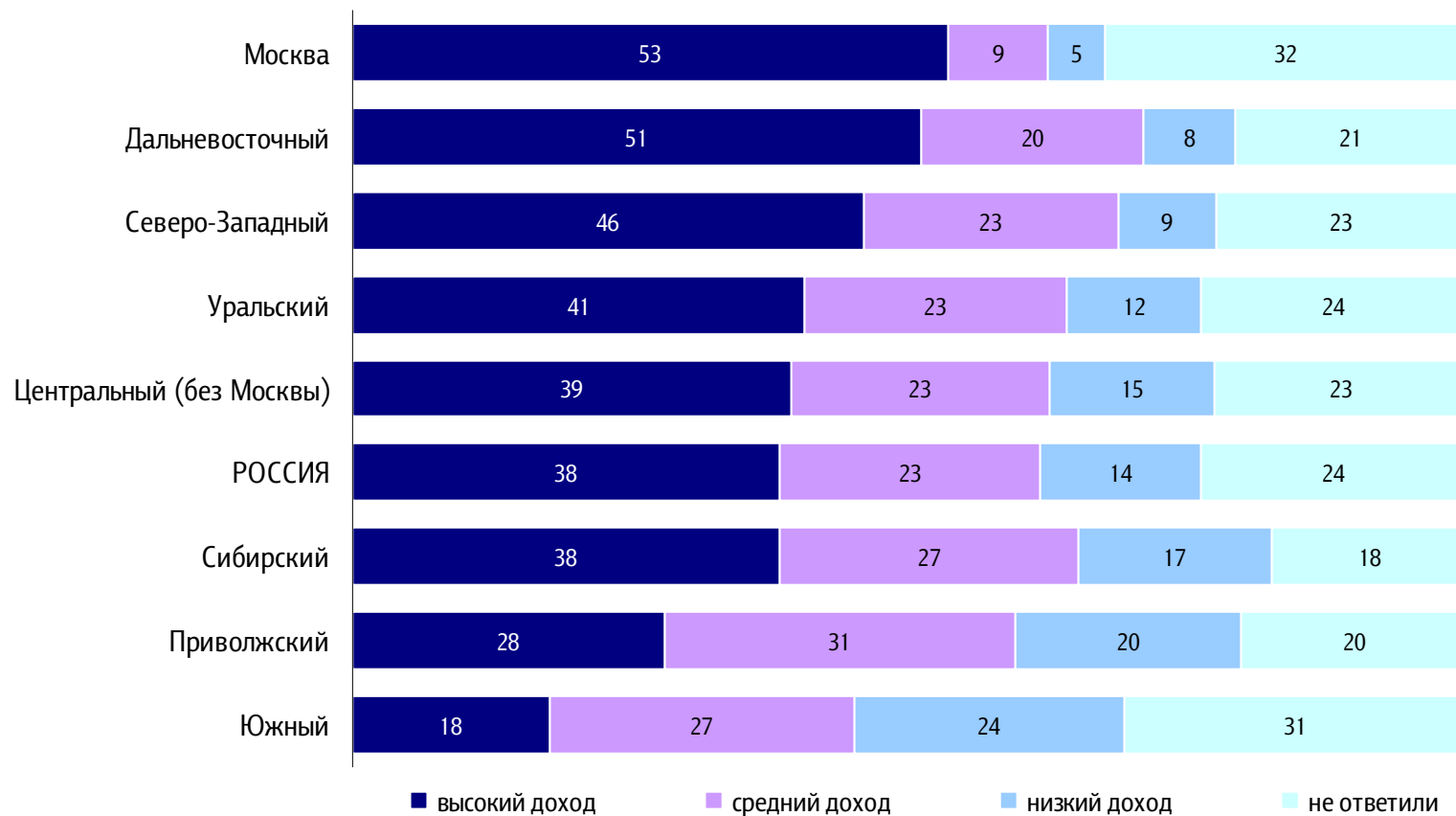


Пояснение. Респонденты в возрасте 18 лет и старше, указавшие доход в расчете на члена семьи, разбиты на группы с разным доходом максимально равномерно. В данном случае: высокий доход (более 7000 руб. в месяц) – 22% выборки; средний доход (от 4001 до 7000 руб. в месяц) – 31% выборки; низкий доход (не более 4000 руб. в месяц) – 31% выборки; не ответили – 16% выборки.

Доли месячной аудитории Интернета в группах с разным доходом в расчете на члена семьи. Регионы, %



Распределение месячной аудитории Интернета по доходу на члена семьи. Регионы, %



15. Для справки

Распределение населения России и регионов по полу, возрасту, образованию и доходу,
% по столбцу

	РОССИЯ		РЕГИОНЫ						
		г. Москва	Центральный (без г. Москвы)	Северо- Западный	Южный	Приволжский	Уральский	Сибирский	Дальне- восточный
ПОЛ									
Мужчины	45	47	45	45	46	45	45	46	45
Женщины	55	53	55	55	54	55	55	54	55
ВОЗРАСТ									
18–24 года	14	14	14	14	15	14	14	15	15
25–34 года	19	20	18	19	19	18	20	20	22
35–44 года	17	17	16	17	16	17	16	16	18
45–54 года	22	21	22	22	22	23	21	21	19
55 лет и старше	29	28	30	29	28	28	28	28	26
ОБРАЗОВАНИЕ									
Ниже среднего	12	6	13	11	12	13	13	14	11
Среднее общее	32	21	31	31	32	36	35	31	30
Среднее специальное	39	31	40	41	38	38	38	40	38
Высшее	17	43	16	17	18	14	14	15	21
ДОХОД НА ЧЛЕНА СЕМЬИ									
Низкий доход	33	4	36	19	46	43	30	35	21
Средний доход	29	20	31	30	26	31	28	29	25
Высокий доход	22	48	19	32	10	16	25	21	35
Не ответили	16	27	14	18	18	11	18	15	19

Распределение населения России по регионам, %

г. Москва	8
Центральный	20
Северо-Западный	10
Южный	13
Приволжский	22
Уральский	9
Сибирский	14
Дальневосточный	4