ЗАРУБЕЖНАЯ ЖУРНАЛИСТИКА

Чикишев Николай Анатольевич, редактор 2-й категории кафедры истории и правового регулирования отечественных СМИ, факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, Москва, Россия; e-mail: kuormasto@gmail.com

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ ЦИФРОВОЙ АУДИТОРИИ ВО ФРАНЦИИ (ОБЗОР ОТРАСЛЕВЫХ ДОКЛАДОВ)

Интернет-сфера во Франции сегодня переживает настоящую цифровую революцию: распространение цифровых инструментов для доступа к Сети кардинально изменяет потребление французской аудитории. Расширение мобильной и уменьшение фиксированной связи, использование различных гаджетов, растущая компьютеризация населения напрямую влияют на практики поведения французов в Сети. Данная работа представляет собой обзор и анализ французских отраслевых докладов и призвана охарактеризовать современное состояние французской интернет-аудитории. Выводы исследования говорят о расширении использования мобильных технологий во Франции и повышении цифровой грамотности пользователей, появлении феномена «триединого» использования гаджетов и внимании французов к безопасности своих личных данных.

Ключевые слова: *Интернет, аудитория, гаджеты, мобильная связь, фиксированная связь, цифровизация.*

Nikolai A. Chikishev, Editor of the 2nd category at the Chair of History and Legal Regulation of Domestic Media, Faculty of Journalism, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia; e-mail: kuormasto@gmail.com

CURRENT STATE OF THE DIGITAL AUDIENCE IN FRANCE (A REVIEW OF INDUSTRY REPORTS)

Over the past fifteen years, the digitalization of French society has been rapid and steady. Against the background of the growing number of digital devices in the world, France is one of the leaders in the rate of Internet penetration. Digitalization affects all spheres of French society, especially the sphere of mobile and fixed communication. The substantial growth in the use of mobile phones and smartphones leads to an increase in the consumption of mobile communication and the Internet. For this reason, the phenomenon of "three devices" appears. Nowadays French people do not limit themselves to the possession of one gadget with Internet access: most of them use a computer, a smartphone and a tablet. This research paper characterizes the current state of the digital audience in France and shows the main tendencies that affect the pace of digitalization. The basic data are borrowed from au-

thoritative reports provided by the French institutes studying the Internet sphere. The conclusion of the study sets out the tendencies that are typical of French users nowadays: the growth of mobile communication, the reduction in the share of fixed communication, the growth of digital literacy, the involvement of the French in social networks, the spread of online shopping and the e-government system.

Key words: *the Internet, audience, gadgets, mobile communication, fixed communication, digitalization.*

DOI: 10.30547/vestnik.journ.4.2019.163183

Введение

Сегодня Интернет стал коллективным достоянием и *инфраструктурой свободы* – пространством для выражения собственного мнения, точкой доступа к знаниям и умениям и их обмену, местом привлечения инноваций. Многогранный опыт пользователей становится объектом пристального изучения исследователей: Глобальная сеть стала играть решающую роль в повседневной жизни граждан. В данной работе проведен анализ основных отраслевых докладов, статья призвана охарактеризовать современное состояние цифровой аудитории Франции, ее ценность заключается в формулировании тенденций, связанных с поведением французских пользователей в Сети: современные данные не только позволят показать развитие цифровой среды во Франции, но также могут стать подходящим материалом для дальнейшего анализа цифровой аудитории различных стран, в том числе и России.

Под цифровой аудиторией мы понимаем всех потребителей сети Интернет, пользующихся различными гаджетами: компьютерами, смартфонами, планшетами и т. п. Цифровая среда – это данные, закодированные в двоичной системе, на основе которых создаются алгоритмы и программное обеспечение для телекоммуникационных сетей, в первую очередь Интернета. Цифровизация – это процесс распространения цифровой среды на все сферы общественной жизни. Наконец, цифровая революция – это переход от аналоговых технологий к цифровым, коренные изменения, связанные с широким распространением информационно-коммуникационных технологий. В своей работе мы ограничимся национальными аспектами развития цифровой среды и аудитории и обратимся к результатам цифровой революции во Франции.

Исследованиям тенденций, происходящих в цифровой среде Франции, посвящены некоторые работы отечественных ученых. В первую очередь, это работы М. В. Захаровой (2010, 2012, 2018), Л. В. Шарончиковой (2009, 2012), И. В. Кирия (2005). Среди зарубежных работ следует отметить исследования Н. Джексона и Д. Лиллекера (Jackson, Lilleker, 2013), М. Форнерино (Fornerino, 2003), С. Ваккари (Vaccari, 2008), Е. Морганти (Morganti, 2014) и др.

В обстоятельной работе И. В. Кирии показаны особенности развития Интернета в Европе на начальном этапе становления Сети. Уже в 1990-х гг., несмотря на отставание от США, страны ЕС, особенно Северной Европы, показали бурный рост цифровой аудитории. Франция находилась в конце европейского рейтинга. Исследователь называет Францию «сравнительно отсталой в области развития интернета». По данным на 2005 г., «менее четверти жилищ во Франции (22,4%) имели доступ к интернету, притом что в конце 2000 г. эта цифра не превышала 17%». Таким образом, «Франция серьезно отстает от среднеевропейского уровня (29%). Компьютер установлен лишь в 32,5% квартир, что также существенно отстает от европейского уровня – 39%»[1]. Как мы увидим в дальнейшем, Франции удалось преодолеть отставание и нарастить темпы цифровизации.

Работы М. В. Захаровой (2012) и Л. В. Шарончиковой (2009) посвящены, в первую очередь, вопросам развития медиа, однако они также уделяют внимание процессу распространения Интернета во Франции. По данным 2012 г., «Франция находится на 4-м месте в рейтинге 10-ти европейских стран-лидеров по количеству пользователей интернета (1-е место в Европе занимает Германия – 65,1 млн пользователей, 2-е место – Россия с 59,7 млн, 3-е место – Великобритания с 51,4 млн). Из 65 млн французов 45,2 млн человек пользуются интернетом»[2]. Таким образом, положение Франции на европейском цифровом рынке упрочилось.

Отдельной темой исследований является избирательный процесс: этому посвящены работы М. В. Захаровой (2018), Н. Джексона и Д. Лилликеллера (Jackson, Lilleker, 2013), С. Ваккари (Vaccari, 2008). Все они указывают на важность изучения не только политического устройства французского государства, но и влияния Интернета на избирательный процесс. Растущая цифровизация изменяет и политические предпочтения французов, и их поведение в Сети. В этом ключе интересен подход М. Форнерино (Fornerino, 2003), который предлагает рассматривать явления

цифровой революции целостно и выделяет несколько направлений для изучения: степень распространения Сети, доля мобильного и фиксированного Интернета, социально-демографические показатели пользователей (возраст, образование, уровень дохода и т. д.), практики их поведения онлайн. Благодаря изучению этих направлений мы можем сформировать целостную картину развития Интернета во Франции.

Методика данной работы заключается в компиляции и реферировании источников, их систематизации и обобщении, авторской интерпретации и критической оценке отраслевых докладов французских институтов, ответственных за цифровую сферу во Франции: в первую очередь, это *ARCEP* (*Autorité de Régulation des Communications Électroniques et des Postes* – Регулирующий орган электронных и почтовых сообщений), *CGE* (*le Conseil général de l'économie* – Генеральный экономический совет), *AN* (*L'Agence du Numérique* – Цифровое агентство) и *CRÉDOC* (*Centre de recherche pour l'étude et l'observation des conditions de vie* – Исследовательский центр изучения и наблюдения за условиями жизни). На основе анализа этих докладов мы сможем сформулировать выводы об уровне цифровизации французского общества.

Целью данной работы является характеристика цифровой аудитории современной Франции. Для этой цели необходимо решить несколько исследовательских задач, а именно: представить, насколько сегодня использование Интернета распространено во французском обществе; описать способы использования Сети с помощью различных гаджетов; выявить социально-демографические показатели французской цифровой аудитории и практики поведения пользователей в Интернете. Гипотезой можно считать предположение о том, что растущая цифровизация французского населения приводит к изменению пользования цифровыми инструментами и практик поведения пользователей в Сети.

Французская аудитория и Интернет

По оценкам многих исследований, к 2020 г. количество используемых устройств, подключенных к Интернету, будет варьироваться от 26 до 80 млрд[3]. Хотя эти цифры следует принимать с осторожностью, они являются показательными и предвещают значительное увеличение использования Интернета во всех сферах жизни. Поэтому сегодня для понимания кардинальных изменений

в цифровой среде важно отслеживать тенденции использования и распространения Интернета – как качественные, так и количественные.

Например, французы сегодня в среднем проводят 18 часов в неделю в Интернете (и 20 – перед телевизором)[4]. В настоящее время большую часть трафика во Франции составляет использование сторонних сервисов, например просмотр онлайн-видео, что привело к постоянному и регулярному увеличению общего трафика (фиксированного и мобильного) примерно на 20% в год[5]. Эти данные соотносятся с мировыми трендами. Начиная с 2015 г. наблюдается уверенный прирост общего *IP*-трафика, который на 2020 г., по данным *Cisco*, составит 19% для фиксированных линий и 53% для мобильного Интернета[6]. Таким образом, процессы конвергенции и цифровизации показывают, что сегодня Интернет становится прямым и главным конкурентом других типов медиа, в первую очередь телевидения, в борьбе за внимание потребителя.

На протяжении последних пятнадцати лет цифровизация французского общества происходит быстрыми и устойчивыми темпами. Цифровая жизнь охватывает подавляющее большинство французов: доля пользователей Интернета во Франции продолжает расти и достигла в 2015 г. 83,8% об общего числа населения (55 429 382 чел.)[7]. 76% населения ежедневно проводят время в Сети. 12% французов никогда не подключались к Интернету, подавляющее большинство из них 60 лет и старше[8]. Объемы цифровизации, нарастающие в последние годы, – это результат длительной программы информатизации французского общества, которая была начата еще в конце 1960-х гг. Пристальное внимание французского правительства к цифровым технологиям и преодоление постоянного *отставания* принесло свои плоды: сегодня большинство французских граждан пользуются Интернетом.

Девять из десяти французов подключаются к Интернету не реже одного раза в неделю. Однако существуют некоторые различия в потреблении у разных возрастных групп: среди молодого поколения (до 25 лет) каждый заявляет, что подключается к Интернету. Самая уязвимая группа в этом смысле – пожилые люди (70 лет и старше): лишь половина из них проводит время в Сети, однако за последние два года их количество увеличивается. Доля пользователей Интернета также увеличивается с размером семьи: все французы, состоящие в домохозяйствах из пяти и более человек, имеют доступ к Интернету. Уровень дохода не коррелирует напрямую с

частотой пользования Сетью, поскольку восемь из десяти французов с низкими доходами все-таки являются интернет-пользователями[9]. Самые активные потребители – французы моложе 40 лет, девять из десяти говорят, что подключаются к Интернету каждый день независимо от способа или места подключения[10]. Возрастные характеристики пользователей также существенно влияют на практики их поведения в Сети, о которых мы скажем позднее. Стоит заметить, что сегодня проблема цифрового неравенства в первую очередь касается социально уязвимых групп, и идеология свободного доступа, которой придерживаются французские власти, подразумевает дополнительную поддержку тех, кто испытывает трудности с цифровой коммуникацией: это создание точек свободного бесплатного доступа, организация обучающих курсов, регулирование тарифов и стоимости сервисов и т. п.

Мобильная и фиксированная связь

Использование мобильной телефонии сегодня преобладает над стационарной линией. 94% французов пользуются мобильным телефоном, и только 86% имеют фиксированную телефонную связь. Этот разрыв продолжает увеличиваться, поскольку стационарная телефония продолжает терять пользователей, доля же фиксированного подключения к Интернету остается той же на протяжении уже двух лет (85%)[11]. В то время как восемь из десяти человек в возрасте от 18 до 39 лет имеют стационарный телефон, пожилые люди (70 лет и старше) почти все оснащены оборудованием дома (96%). Размер домашнего хозяйства влияет на владение стационарным телефоном: одинокие люди менее оснащены, чем хозяйства, состоящие из нескольких человек (77% одиноких людей против 93% семей, состоящих из пяти и более человек). Однако у большинства людей, не имеющих стационарной телефонной линии, есть мобильный телефон (95%)[12]. Итак, у всего населения в возрасте от 12 лет и старше 1% людей не имеет ни фиксированной телефонной линии, ни мобильного телефона[13].

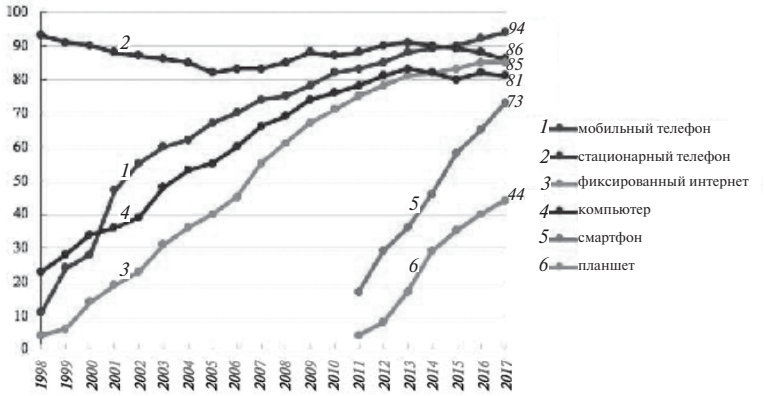


Рисунок 1. Использование телефонии, гаджетов и Интернета дома (в %)

Источник: CRÉDOC, исследования Conditions de vie et Aspirations

В целом, 66% французского населения имеют доступ к Интернету – либо к фиксированному домашнему, либо к мобильному. 19% имеют только фиксированный, и 5% – только мобильный. 10% французов не имеют ни мобильного, ни фиксированного доступа, однако эта доля постепенно сокращается. Заметно увеличение доли тех, кто пользуется обоими способами или только мобильным Интернетом, причем в первом случае – на 9% за прошедший год[14].

Подобные изменения легко объясняются увеличением скорости мобильного Интернета и его портативностью: 71% французов со смартфонами против 29%, которые используют только стационарный телефон. И все-таки 80% французского населения имеют как мобильный, так и стационарный телефон. Такая ситуация тесно связана с характеристиками домохозяйств и уровнем жизни пользователей: вероятность иметь оба вида связи повышается с увеличением размера домохозяйства[15].

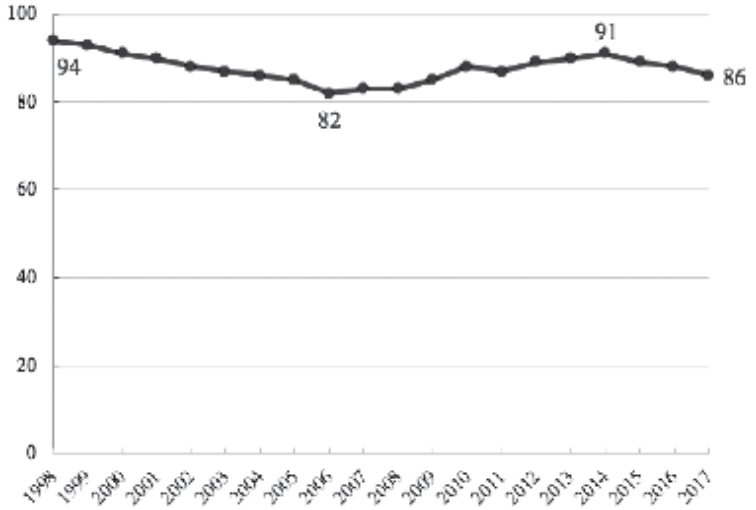


Рисунок 2. Использование фиксированной телефонии (в %)

Источник: CRÉDOC, исследования Conditions de vie et Aspirations

Стационарный телефон сегодня также конкурирует с программным обеспечением *Skype* или *MSN*, которыми пользуются не менее 37% потребителей Сети. Использование программного обеспечения *Skype* или *MSN Messenger* для совершения звонков из дома по Интернету чаще встречается среди молодого поколения, студентов, французов с высшим образованием, а также в больших домохозяйствах (семьях из пяти и более человек). Его использует половина несовершеннолетних и немногим более половины 18–24-летних. Если посмотреть на размеры агломераций, то Париж и его пригороды отличаются более широким использованием этих программ (47% жителей столичной области Парижа используют программное обеспечение *Skype* или *MSN Messenger* для вызова из дома)[16].

Хотя подавляющее большинство французского населения пользуется мобильными телефонами, некоторые различия сохраняются в разных возрастных группах. Почти 100 % 18–24-летних имеют мобильные телефоны, 98% среди группы 25–39-летних, далее эта доля снижается, и только 76% французов в возрасте 70 лет

и старше используют мобильную телефонию[17]. Ожидаемо размер домохозяйства сильно коррелирует с возрастом и размером семьи: у одиноких людей меньше шансов иметь мобильный телефон, чем у членов больших семей; после 60 лет количество таких пользователей убывает. Сегодня 6% французского населения в возрасте 12 лет и старше не имеют личного мобильного телефона[18].

Подобную статистику можно объяснить экономической и мобильной эффективностью портативных гаджетов. Фиксированный, стационарный доступ налагает ряд ограничений на пользование, при этом не каждый пользователь намерен иметь домашнюю линию, предпочитая ей удобный мобильный Интернет. Он также может быть выгоден и финансово: растущие объемы мобильного Интернета говорят о том, что французы готовы платить скорее за доступ со смартфона, чем за фиксированный доступ. Предположим, что в дальнейшем доля стационарного доступа будет стремительно снижаться не только из-за технологических инноваций, но также и по вполне естественным демографическим причинам: сегодня молодое поколение французов предпочитают, в первую очередь, портативный доступ.

Компьютеры и планшеты

Подключение к Интернету сегодня все чаще осуществляется через мобильный телефон. 42% подключений приходится на смартфоны, 38% – на компьютеры и лишь 7% на планшеты. Даже из своего дома французы все больше предпочитают подключаться через мобильные сети: 51% пользователей прибегают в домашних условиях к мобильному Интернету через смартфоны, планшеты и компьютеры. 65% французов подключаются дома по крайней мере двумя разными способами[19].

Однако компьютер остается одним из основных способов выхода в Сеть. В 2017 г. 81% французов имел домашний компьютер, у одной трети их было несколько. Эта доля начинает повышаться с 2016 г., как и использование планшетов (до 4% в год). С 2011 г. наблюдается стагнация уровня подключения к Интернету через компьютер – неизменной остается доля в 97%. Можно сказать, что любое приобретение компьютера сегодня подразумевает получение доступа в Сеть, однако 34% французов без домашнего компьютера все-таки имеют подключение к Интернету по фиксированной линии[20].

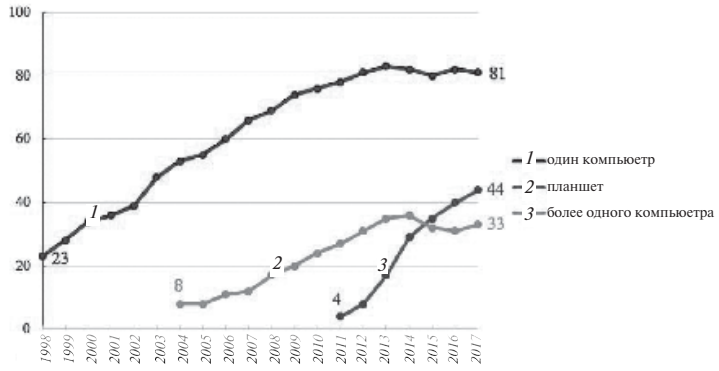


Рисунок 3. Использование компьютера дома (в %)

Источник: CRÉDOC, исследования Conditions de vie et Aspirations

Основным способом подключения к Интернету дома остается *ADSL*-линия (80% домохозяйств), но эта доля продолжает снижаться. Доля подключений через оптоволокно повышается с 6% в 2014 г. до 13% в 2017 г. Доступ через кабельные сети составляет 5% от общего количества подключений. На подключения влияют территориальные характеристики: доля оптоволокна в крупных французских городах намного выше, чем в сельских регионах. В парижской агломерации два человека из пяти подключены к Интернету через оптоволоконную сеть[21].

Французы, не имеющие домашнего подключения к сети, – это в первую очередь пожилые люди старше 70 лет (43%). Также в этой категории оказываются люди, живущие в одиночку и не имеющие высшего образования. Как правило, те, кто не имеет фиксированной линии дома, имеют более низкие доходы, чем те, кто пользуется домашним Интернетом. 37% французов, не имеющих фиксированного доступа, согласно исследованиям, подключаются к Интернету с помощью мобильного телефона, планшета или компьютера через мобильную сеть[22].

Наличие компьютерного оборудования коррелирует с социально-демографическими характеристиками: 95% детей в возрасте 12–17 лет имеют домашний компьютер, далее доля продолжает снижаться до 52% людей в возрасте 70 лет и старше. То же самое касается и уровня доходов: по мере увеличения дохода уровень компьютерной оснащенности повышается. Размер домохозяйства

также играет роль: более половины домохозяйств с четырьмя или более людьми имеют несколько компьютеров[23].

Интересно сравнить эти данные с распространенностью планшета. Здесь цифры на порядок меньше, и только половина французов в возрасте 25–39 лет использует планшет. Практически на том же уровне остается использование планшетов среди домохозяйств в размере трех-четырех человек, а также тех, кто имеет высшее образование и высокий уровень дохода[24].

Компьютер как средство подключения к Интернету также ежедневно используют 53% французов, 30% ежедневно применяют компьютер на работе или во время учебы. Подобные цифры следует интерпретировать как увеличение доли использования мобильного Интернета. Среди гаджетов планшет является наименее популярным оборудованием для выхода в Интернет: только 21% французов используют его ежедневно[25].

Смартфоны и мобильные телефоны

Начиная с 2011 г. наблюдается неуклонный рост подключения к Интернету через смартфоны: с 11% в 2011 г. до 73% в 2017 г. Таким образом, сегодня три четверти французов оснащены смартфонами (в 2011 г. менее одной четверти населения имело лишь по одному смартфону). Таким же образом растет использование планшетов: за последние шесть лет их рост составил 40%. 44% французов, использующих Интернет, имеют хотя бы один гаджет[26].

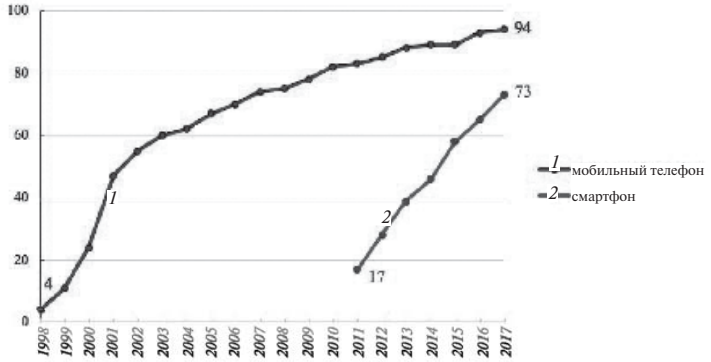


Рисунок 4. Использование мобильного телефонии и смартфона (в %)

Источник: CRÉDOC, исследования Conditions de vie et Aspirations

Рынок мобильных телефонов постепенно поглощается смартфонами. С 2014 г. наблюдается преобладание смартфонов по сравнению с другими гаджетами, и сегодня только у 21% населения есть мобильный телефон, но нет смартфона. Кто держатели этих устройств? Согласно исследованиям, девять человек из десяти в возрасте 18–39 лет имеют высшее образование и живут в домохозяйствах с высоким доходом[27].

Каковы причины отказа от использования смартфона? Ведь, как упоминалось ранее, пятая часть французов пользуется только мобильным телефоном. Среди самых распространенных ответов – «сомнение в полезности гаджета», «незнание устройства», «слишком сложный для использования». Так чаще говорят люди с невысоким доходом, пенсионеры, мужчины, жители сельских районов, состоящие в домохозяйствах из одного-двух человек. Высокая стоимость смартфона отталкивает людей в возрасте 40–59 лет. Сложность устройства – распространенный ответ среди людей старше 70 лет[28].

Значительное увеличение количества смартфонов привело к важным изменениям в цифровом потреблении: демократизации процесса коммуникации, трансформации отношения к потребляемой информации, увеличению скорости ее передачи, изменению медийных форматов и т. д. Таким образом, технологические инновации в цифровой среде ведут к серьезным изменениям во многих сферах общества, последствия которых еще предстоит проанализировать и оценить.

Новая тенденция (по сравнению с 2016 г.) – это наличие в распоряжении пользователя трех устройств – компьютер, смартфон и планшет. Если в 2012 г. таких пользователей было лишь 5%, то к 2017 их доля возросла до 36%. А число людей, имеющих только компьютер, составило на сегодняшний момент лишь 12%. Наличие трех устройств – прерогатива молодого поколения: четыре из десяти человек в возрасте от 18 до 59 лет имеют и компьютер, и смартфон, и планшет, в то время как пожилые люди (60 лет и старше) чаще всего оснащены только компьютером[29].

Феномен *триединого* пользования Интернетом подразумевает частое применение как компьютера, так и портативных гаджетов – планшета и смартфона. Однако стремительное появление на рынке планшетов как средства доступа к Интернету так же стремительно сменилось падением их популярности, как это произошло и с домашними компьютерами. Однако для выбора типа гаджета все еще важным остается географический и технологический фактор: доступность *ADSL*-линий и оптоволоконной связи значительно разнится во французских регионах и зачастую ниже, чем в парижской агломерации.

Практики поведения в Сети

Практики поведения в Интернете также различаются в зависимости от используемых гаджетов. Большую часть времени французы проводят в социальных сетях, используя преимущественно смартфоны (61%). Менее популярными остаются видеоигры, просмотр видео, отправка электронной почты, онлайн-покупки. Интересно, что при работе самым популярным гаджетом остается компьютер (76%) при незначительной доле смартфона (16%)[30].

59% французов используют социальные сети, в первую очередь, для получения информации. Однако большинство населения (73%) не доверяет информации, которая распространяется в социальных сетях (в отличие от традиционных СМИ). Недоверие повышается из-за распространения в соцсетях фейковых новостей, спама, из-за случаев мошенничества, а также других негативных явлений[31].

Увеличение трафика социальных сетей поставило перед французским правительством новые задачи, т. к. увеличение скорости передачи информации ведет иногда к непредсказуемым социальным последствиям. Распространение мессенджеров (*Whatsapp*, *Telegram* и др.) не только демократизировало процесс общения пользователей, но и подстегнуло граждан активнее участвовать в политической жизни страны. Поэтому эта область становится предметом регулирования государственных органов, и за несколько последних лет французское правительство приняло законодательные акты, касающиеся распространения фейковых новостей, хранения личных данных и противодействия терроризму – во многом благодаря совершенствованию подобных технологий.

Доля пользователей, совершающих онлайн-покупки, высока и имеет тенденцию к увеличению (61%). Основным препятствием для онлайн-покупок остается недоверие к безопасности онлайн-платежей: 59% французов отказывались от онлайн-покупок в момент оплаты[32].

Следует добавить, что французы входят в число ведущих онлайн-покупателей в Европе, особенно в сфере покупки автомобилей и просмотра видео по запросу[33]. Доходы от электронной коммерции во Франции достигли 72 млрд евро после десятилетия двузначного роста, что делает Францию пятым по величине рынком в мире[34].

Значительна доля использования мессенджеров: 43% пользователей обмениваются текстовыми сообщениями, около 30% используют в общении видеозвонок (*Whatsapp, Viber* и др.) Преимущества отправки мгновенных текстовых сообщений в указанных приложениях привлекают все большее число пользователей. Кроме простой

письменной корреспонденции приложения позволяют размещать фотографии, посылать аудиосообщения, совершать звонки, создавать группы и совместные чаты. Мгновенные мессенджеры привлекают 4 из 10 французов, которые чаще используют их для отправки текстовых сообщений, чем для звонков. Количество пользователей, практикующих *SMS*-сообщения, неуклонно снижается, особенно это заметно среди французской молодежи[35].

Все большее число французов доверяет электронному администрированию (67%). Их доля среди получивших высшее образование (25–39 лет) достигает 90%[36]. В целом, 48% европейцев пользуются общественными услугами с помощью Интернета, и Франция значительно отстает от скандинавских стран (88%), но опережает Германию (55%) и Великобританию (53%)[37].

В связи с этим следует сказать, что благодаря цифровизации всех сфер жизни происходит взаимопроникновение профессиональной и частной сфер. Например, каждый третий француз приносит свое личное оборудование на рабочее место для профессионального использования. Граница между частным временем и профессиональной средой размывается все быстрее, и уже 39% занятых французов высказываются за удаленную работу[38].

Постепенно французское население чувствует себя все более компетентным в использовании цифровых продуктов. 69% не испытывают проблем в пользовании смартфоном. При этом чаще всего пользователи отказываются от установки приложений для защиты своих персональных данных. Два из трех человек отказываются от геолокации, открывая веб-страницу. Почти каждый второй (48%) принимает меры, чтобы не оставлять следов в интернет-пространстве, каждый шестой (17%) отключает свой мобильный телефон, чтобы избежать слежки[39].

В большинстве случаев люди сами обучаются пользованию цифровыми продуктами, реже – при помощи семьи или друзей. Интересная деталь: французы в возрасте 18 лет и несколько старше говорят, что *полностью* используют услуги и функции цифровых продуктов[40]. Это означает повышение цифровой грамотности населения и характеризует французских потребителей как продвинутых пользователей Сети.

Новые технологии предлагают разнообразие возможностей в использовании цифровых продуктов, в том числе в сфере электронного правительства. 79% французов приветствуют внедрение в городскую среду цифровых инструментов, которые предоставляют гражданам

качественные услуги и позволяют оптимизировать свою повседневную жизнь (парковочные места, уровень загрязнения и т. д.)[41].

В целом, можно сказать о французах как об уверенных онлайн-пользователях. Как потребители глобализированного рынка, они воспринимают Интернет, в первую очередь, как средство общения и место для трансакций. По типу потребляемого контента французские пользователи практически не отличаются от других европейцев: уровень использования социальных сетей, мессенджеров и СМИ примерно одинаков. Однако в последние несколько лет процесс внедрения цифровых инструментов в политическую жизнь Франции (электронные выборы, само понятие *виртуальная демократия*, вокруг которого ведутся дискуссии во Франции, мессенджеры как способ противостояния властям) показывает, что Интернет становится мощным политическим инструментом и чувствительной темой для французских избирателей. Процесс цифровизации французского общества привел к тому, что в современной ситуации Интернет – одна из ключевых тем общественной повестки, и это приходится учитывать и политикам, и гражданским активистам.

Выводы

Стремительное распространение Интернета за последние пятнадцать лет привело к тому, что подавляющее большинство французских граждан имеет доступ к Интернету с нескольких устройств – компьютера, мобильного телефона/смартфона и планшета. Лишь 12% граждан не имеют доступа к Сети. В возрастных категориях самой уязвимой на сегодняшний момент остается группа пожилых французов (за 60 лет). Именно на эту группу следует обратить внимание для повышения цифровой грамотности и вовлечения в цифровую среду.

Технологическое отставание конца 1990-х гг. сменилось уверенным ростом темпов цифровизации. Сегодня можно констатировать, что Франция – одна из передовых стран по уровню развития цифровых технологий не только в рамках Европейского союза, но и на мировом уровне. Этот результат был достигнут продолжительным сотрудничеством французского правительства и *IT*-сообщества. Следствием подобной деятельности стало не только увеличение сферы распространения и использования Интернета, но и появление разветвленного законодательства, регулирующего цифровую среду, на которое ориентируются другие европейские страны.

Для описания цифровых компетенций французского общества немаловажны такие характеристики, как уровень образования и величина дохода. С повышением образовательного статуса и дохода повышается и цифровая грамотность граждан, а также разнообразие использования цифровых инструментов для выхода в Сеть. Доход не коррелирует напрямую с самим способом доступа, сегодня даже малоимущие граждане могут себе позволить мобильные инструменты – мобильные телефоны и смартфоны – для пользования Интернетом. Наиболее активными пользователями Сети остаются взрослые граждане с высоким уровнем дохода и высшим образованием. Количество участников домохозяйства, как выясняется, также влияет на степень вовлеченности в цифровую среду: чем больше членов семьи, тем больше инструментов доступа в Сеть и тем активнее потребление цифрового контента.

Таким образом, Интернет перестает быть привилегией потребителя и становится естественной средой обитания. Взамен аналоговых технологий и традиционных способов взаимодействия, с начала 2000-х гг. Интернет становится безличным пространством, платформой, которая может быть использована для любого социального взаимодействия, в том числе и в политических целях. И в значительной степени этому способствовало распространение мобильной телефонии, затем мобильного Интернета и портативных гаджетов.

Мобильная телефония на протяжении нескольких последних лет уверенно обгоняет стационарную связь. Разрыв между ними увеличивается, поскольку пользование мобильной связью расширяется: люди отказываются от стационарных телефонов, отдавая предпочтение мобильникам и смартфонам. Совмещение мобильной телефонии и мобильного Интернета в одном устройстве привело к взрывному росту использования смартфонов. За последние шесть лет применение этих устройств выросло геометрически благодаря их относительно низкой цене и удобству использования. Новейшая тенденция – это практика одновременного применения нескольких устройств: компьютеров, смартфонов и планшетов.

Можем ли мы говорить о *моральном устаревании* стационарного телефона? Несомненно: он теряет свою эффективность в век мобильности и быстрой скорости передачи информации. Однако об отказе от старых технологий говорить преждевременно, поскольку проблема цифрового неравенства до сих пор остается актуальной даже в таких развитых странах, как Франция или США (Fornerino, 2003).

Для решения данной проблемы необходим пристальный анализ пользовательских практик и способов подключения к Сети.

Опыт наблюдения за французами говорит о том, что самым чувствительным вопросом, касающимися поведения в Сети, остается безопасность личных данных (Jackson, Lilleker, 2013), поскольку он затрагивает всех цифровых контрагентов. Французское правительство уделяет большое внимание этой проблеме и, в сотрудничестве с Европейским союзом, принимает регулирующие документы, которые призваны защитить права обычного пользователя и сохранить цифровой суверенитет страны (из последних примеров – принятие Генерального регламента о защите персональных данных Европейского союза 2018 года).

Таким образом, на основе обзора французских отраслевых докладов, мы выяснили некоторые аспекты развития цифровой аудитории во Франции: изученная статистика показывает увеличение объемов мобильной связи и уменьшение доли фиксированной, подавляющую компьютеризацию французского населения и повышение уровня цифровой грамотности, широкое использование цифровых инструментов для выхода в Сеть и изменение поведения пользователей в Интернете.

Почему в нашем анализе преобладал технологический аспект и формальные характеристики подключения в Сети (тип гаджетов, уровень оснащенности оптоволоконной связью, уровень развития мобильной телефонии и мобильного Интернета и т. д.)? Развитие медиа и коммуникации сопутствует цифровой революции, и подобный технологический детерминизм может быть оправдан в случае формулирования основных положений, пригодных для сравнения цифровых сред тех или иных стран. И среди этих положений мы можем выделить характеристики, которые поддаются относительно точному измерению: величина аудитории пользователей Сети, ее динамика, доля Интернета в соответствии с используемыми гаджетами. Данная работа – попытка на примере Франции выделить области анализа, руководствуясь которыми мы можем в дальнейшем выстроить универсальную компаративную модель. Некоторые из положений более пригодны для сравнения (например, глубина проникновения Интернета), другие же – предмет для дискуссии (например, практики поведения в Сети).

Практическая значимость данной работы состоит в попытке систематизации и описания основных показателей французской цифровой аудитории. В представленных источниках и изученной литературе авторы касаются лишь некоторых положений, связанных с цифровой средой. Данная статья восполняет пробелы в освещении вопроса современного состояния интернет-аудитории во Франции и

будет интересна исследователям французских медиа и цифровой сферы. Собранный статистический материал будет полезен для сравнительного анализа европейских стран в студенческой аудитории.

Примечания

[1] *Кирия И. В.* Телевидение и интернет Франции на пути к информационному обществу. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2005. С. 74.

[2] *Захарова М. В., Семина М. П.* Функционирование закона о соблюдении прав интеллектуальной собственности в интернете во Франции (2010–2011 гг.) // Медиаскоп. 2012. № 2.

[3] По данным IDATE DigiWorld, CISCO, Gartner.

[4] The state of internet in France. L'Arcep, May 2017. P. 8.

[5] Nicolas Teisseyre. Etat des lieux numériques de la France [Состояние цифровых сетей Франции]. Google, January 2017. P. 5. (In French)

[6] The state of internet in France. L'Arcep, May 2017. P. 9.

[7] Статистика по: Internet World Stats. France Internet Usage Stats and Telecom Reports. Эти данные соотносятся со статистикой Международного союза электросвязи: 83,75% на 2014 г.

[8] Там же. P. 7.

[9] Le baromètre du numérique 2017. L'Arcep, le Conseil général de l'économie (CGE) et l'Agence du Numérique [Цифровой барометр 2017. АРСЕП, Генеральный совет по экономике (CGE) и Агентство по цифровым технологиям]. Paris, Novembre 2017. P. 9. (In French)

[10] Там же.

[11] Le baromètre du numérique 2016. L'Arcep, le Conseil général de l'économie (CGE) et l'Agence du Numérique [Цифровой барометр 2016. АРСЕП, Генеральный совет по экономике (CGE) и Агентство по цифровым технологиям]. Paris, Novembre 2016. P. 19. (In French)

[12] Présentation de quelques éléments de l'enqueête Conditions de vie et Aspirations CREDOC sur les usages du numérique dans les relations aux services publics [Презентация части исследования «Условия жизни и тенденции» КРЕДОК, посвященная цифровым технологиям в коммунальных услугах]. Crédoc, Mai 2017. P. 6. (In French)

[13] Nicolas Teisseyre. Etat des lieux numériques de la France [Состояние цифровых сетей Франции]. Google, January 2017. P. 16. (In French)

[14] The state of internet in France. L'Arcep, May 2017. P. 8.

[15] Le compte rendu des travaux 2016 du GRACO. La régulation au service des territoires connectés. L'Arcep [Отчет о работе ГРАКО 2016 года. Регулирование службы на подключенных территориях]. Janvier 2017. P. 26. (In French)

[16] Le baromètre du numérique 2017. L'Arcep, le Conseil général de l'économie (CGE) et l'Agence du Numérique [Цифровой барометр 2017. АРСЕП, Генеральный совет по экономике (CGE) и Агентство по цифровым технологиям]. Paris, Novembre 2017. P. 11. (In French)

[17] Там же. P. 29.

[18] Nicolas Teisseyre. Etat des lieux numériques de la France [Состояние цифровых сетей Франции]. Google, January 2017. P. 16. (In French)

[19] Internet and network neutrality. Proposals and recommendations. L'Arcep, Septembre 2017. P. 23.

[20] Le baromètre du numérique 2017. L'Arcep, le Conseil général de l'économie (CGE) et l'Agence du Numérique [Цифровой барометр 2017. АРСЕП, Генеральный

совет по экономике (CGE) и Агентство по цифровым технологиям]. Paris, Novembre 2017. P. 40. (In French)

[21] The state of internet in France. L'Arcep, May 2017. P. 24.

[22] Internet and network neutrality. Proposals and recommendations. L'Arcep, Septembre 2017. P. 25.

[23] Le baromètre du numérique 2017. L'Arcep, le Conseil général de l'économie (CGE) et l'Agence du Numérique [Цифровой барометр 2017. АРСЕП, Генеральный совет по экономике (CGE) и Агентство по цифровым технологиям]. Paris, Novembre 2017. P. 41. (In French)

[24] Там же.

[25] Nicolas Teisseyre. Etat des lieux numériques de la France [Состояние цифровых сетей Франции]. Google, January 2017. P. 17. (In French)

[26] Le compte rendu des travaux 2016 du GRACO. La régulation au service des territoires connectés [Отчет о работе ГРАКО 2016 года. Регулирование службы на подключенных территориях]. L'Arcep, Janvier 2017. P. 26. (In French)

[27] Там же. P. 27.

[28] Le baromètre du numérique 2017. L'Arcep, le Conseil général de l'économie (CGE) et l'Agence du Numérique [Цифровой барометр 2017. АРСЕП, Генеральный совет по экономике (CGE) и Агентство по цифровым технологиям]. Paris, Novembre 2017. P. 32. (In French)

[29] Le baromètre du numérique 2017. L'Arcep, le Conseil général de l'économie (CGE) et l'Agence du Numérique [Цифровой барометр 2017. АРСЕП, Генеральный совет по экономике (CGE) и Агентство по цифровым технологиям]. Paris, Novembre 2017. P. 41. (In French)

[30] Nicolas Teisseyre. Etat des lieux numériques de la France [Состояние цифровых сетей Франции]. Google, January 2017. P. 19. (In French)

[31] Le baromètre du numérique 2017. L'Arcep, le Conseil général de l'économie (CGE) et l'Agence du Numérique [Цифровой барометр 2017. АРСЕП, Генеральный совет по экономике (CGE) и Агентство по цифровым технологиям]. Paris, Novembre 2017. P. 41. (In French)

[32] Nicolas Teisseyre. Etat des lieux numériques de la France [Состояние цифровых сетей Франции]. Google, January 2017. P. 19. (In French)

[33] Там же. P. 13.

[34] Там же. P. 12.

[35] Le baromètre du numérique 2017. L'Arcep, le Conseil général de l'économie (CGE) et l'Agence du Numérique [Цифровой барометр 2017. АРСЕП, Генеральный совет по экономике (CGE) и Агентство по цифровым технологиям]. Paris, Novembre 2017. P. 10. (In French)

[36] Там же. P. 13.

[37] Internet and network neutrality. Proposals and recommendations. L'Arcep, Septembre 2017. P. 27.

[38] Le compte rendu des travaux 2016 du GRACO. La régulation au service des territoires connectés [Отчет о работе ГРАКО 2016 года. Регулирование службы на подключенных территориях]. L'Arcep, Janvier 2017. P. 31. (In French)

[39] Le baromètre du numérique 2016. L'Arcep, le Conseil général de l'économie (CGE) et l'Agence du Numérique [Цифровой барометр 2016. АРСЕП, Генеральный совет по экономике (CGE) и Агентство по цифровым технологиям]. Paris, Novembre 2016. P. 14. (In French)

[40] Le baromètre du numérique 2017. L'Arcep, le Conseil général de l'économie (CGE) et l'Agence du Numérique [Цифровой барометр 2017. АРСЕП, Генеральный совет по экономике (CGE) и Агентство по цифровым технологиям]. Paris, Novembre 2017. P. 15. (In French)

[41] Там же. P. 16.

Библиография

Захарова М. В. Аудиовизуальные СМИ в период выборов во Франции: трансформация форматов (по итогам президентской кампании 2017 г.) // МедиаАльманах. 2018. № 1. С. 126–137.

Захарова М. В., Семина М. П. Функционирование закона о соблюдении прав интеллектуальной собственности в интернете во Франции (2010–2011 гг.) // Медиаскоп. 2012. № 2.

Захарова М. В. Франция принимает законы о соблюдении прав интеллектуальной собственности в интернете // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. 2010. № 2. С. 45–56.

Шарончикова Л. В. «Монд» в меняющемся мире (эволюция и традиции качественной газеты в цифровую эпоху) // Медиаскоп. 2012. № 3.

Шарончикова Л. В. Кризис французской прессы в эпоху цифровых технологий // Медиаскоп. 2009. № 3.

Кирия И. В. Телевидение и интернет Франции на пути к информационному обществу. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2005.

Fornerino M. (2003) Internet adoption in France. *The Service Industries Journal* 1 (23): 119–135. DOI: https://doi.org/10.1080/02642060412331300812

Jackson N., Lilleker D.G. (2013) *Political campaigning, elections and the Internet: Comparing the US, UK, France and Germany*. Routledge.

Morganti E., et al. (2014) The impact of e-commerce on final deliveries: alternative parcel delivery services in France and Germany. *Transportation Research Procedia* 4: 178–190. DOI: https://doi.org/10.1016/j.trpro.2014.11.014

Vaccari C. (2008) Surfing to the Elysee: The Internet in the 2007 French elections. *French Politics* 1 (6): 1–22.

Notes

Le baromètre du numérique 2016. L'Arcep, le Conseil général de l'économie (CGE) et l'Agence du Numérique [The Digital Barometer 2016. ARCEP, the General Council for Economy (GCE) and the Digital Technology Agency]. Paris, Novembre 2016. (In French)

Le baromètre du numérique 2016. L'Arcep, le Conseil général de l'économie (CGE) et l'Agence du Numérique [The Digital Barometer 2017. ARCEP, the General Council for Economy (GCE) and the Digital Technology Agency]. Paris, Novembre 2017. (In French)

Le compte rendu des travaux 2016 du GRACO. La régulation au service des territoires connectés. L'Arcep [A Report on the Work of GRACO in 2016. Service Regulation on Connected Territories]. Janvier 2017. (In French)

Les visites patrimoniales progressent encore chez les Français, signe d'un attachement fort et durable [Patrimonial Visits Are Still Progressing Among the French, a Sign of Strong and Lasting Attachment]. Crédoc, Avril 2017. (In French)

Nicolas Teisseyre. Etat des lieux numériques de la France [The State of Digital Networks in France]. Google, January 2017. (In French)

Présentation de quelques élé ments de l'enquête Conditions de vie et Aspirations CREDOC sur les usages du numérique dans les relations aux services publics [Presentation of Part of a Research Project "Living Conditions and Trends" by CREDOC Devoted to Digital Technologies in Public Utilities]. Crédoc, Mai 2017. 34 p. (In French)

The Internet and Network Neutrality. Proposals and Recommendations. L'Arcep, Septembre 2017. P. 62. (In French)

The State of the Internet in France. L'Arcep, May 2017. 87 p.

References

Fornerino M. (2003) Internet Adoption in France. *The Service Industries Journal* 1 (23): 119–135. DOI: https://doi.org/10.1080/0264206041233130081 2

Jackson N., Lilleker D. G. (2013) *Political Campaigning, Elections and the Internet: Comparing the US, UK, France and Germany.* Routledge.

Kiriya I. V. (2005) *Televideniye i internet Frantsii na puti k informatsionnomu obshchestvu* [Television and the Internet of France on the Way to the Information Society]. Moscow. (In Russian)

Morganti E. et al. (2014) The Impact of E-Commerce on Final Deliveries: Alternative Parcel Delivery Services in France and Germany. *Transportation Research Procedia* 4: 178-190. DOI: https://doi.org/10.1016/j.trpro.2014.11.014

Sharonchikova L. V. (2009) Krizis frantsuzskoy pressy v epokhu tsifrovykh tekhnologiy [The Crisis of the French Press in the Era of Digital Technologies]. *Mediaskop* 3. (In Russian)

Sharonchikova L. V. (2012) Mond v menyayushchemsya mire (evolyutsiya i traditsii kachestvennoy gazety v tsifrovuyu epokhu) [Le Mond in a Changing World (Evolution and Traditions of a Quality Newspaper in the Digital Age)]. *Mediaskop* 3. (In Russian)

Vaccari C. (2008) Surfing to the Elysee: The Internet in the 2007 French Elections. *French Politics* 1 (6): 1–22.

Zakharova M. V. (2018) Audiovizualnyye SMI v period vyborov vo Frantsii: transformatsiya formatov (po itogam prezidentskoy kampanii 2017 g.) [Audiovisual Media During the Election in France: Transformation of Formats (following the results of the 2017 presidential campaign)]. *Mediaalmanakh* 1: 126–137. (In Russian)

Zakharova M. V. (2010) Frantsiya prinimayet zakony o soblyudenii prav intellektualnoy sobstvennosti v internete [France Adopts Laws on the Observance of Intellectual Property Rights on the Internet]. *Vestn. Mosk. un-ta. Ser. 10: Zhurnalistika* 2: 45–56. (In Russian)

Zakharova M. V., Semina M. P. (2012) Funktsionirovaniye zakona o soblyudenii prav intellektualnoy sobstvennosti v internete vo Frantsii (2010–2011 gg.) [Operation of the Law on the Observance of Intellectual Property Rights on the Internet in France (2010–2011)]. *Mediaskop* 2. (In Russian)

Поступила в редакцию
03.08.2018