

С.Г. Давыдов, О.С. Логунова

## ПОТРЕБЛЕНИЕ СЕРВИСОВ МОБИЛЬНОЙ ТЕЛЕФОНИИ В РОССИЙСКОМ ЮЖНОМ СЕЛЕ

Статья посвящена анализу особенностей потребления различных сервисов мобильной телефонии на примере российского поселка Коксовый Ростовской области. Рассматриваются изменения и различия городского и сельского стилей общения посредством новых технологий. Представлены данные эмпирического исследования, проведенного в сельских населенных пунктах Ростовской области, на основании которого составлена типология потребителей.

*Ключевые слова:* новые медиа, межличностная коммуникация, мобильная телефония, глубинные интервью.

Среди средств коммуникации, получивших массовое распространение в последние два десятилетия, наибольший охват населения в России к настоящему моменту имеет мобильная телефония. По данным различных исследовательских организаций, мобильной связью пользуются более 90% россиян. (Для сравнения: доля пользователей Интернета в возрасте от 18 лет и старше за месяц составляет 55%<sup>1</sup>. Согласно публикациям Росстата, на 1000 взрос-

---

© Давыдов С.Г., Логунова О.С., 2016

Статья подготовлена в рамках проекта Центра фундаментальных исследований Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» «Трансформация российского телесмотрения в условиях появления новых медиаплатформ» (направление «Роль культуры в модернизации российского общества и экономики» Тематического плана научно-исследовательских работ (фундаментальных научных исследований и прикладных исследований), предусмотренных Государственным заданием Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» на 2013 год).

лых человек в 2011 году в стране приходилось 1790,3 подвижных абонентских устройств подвижной радиотелефонной (сотовой) связи. В сельской местности не имеют телефонной связи только 16,3% малонаселенных пунктов<sup>2</sup>.

Данные пятой волны мониторинга «Оценка текущего состояния и перспектив изменения уровня медиаграмотности населения Российской Федерации на основе национального мониторинга медиаповедения и актуальные задачи массового медиаобразования» (всероссийская выборка,  $n = 1600$ ), проведенного в ноябре–декабре 2013 года исследовательской группой ЦИРКОН, подтверждают тенденцию ежегодного роста наличия мобильного телефона, с 2009 по 2013 г. этот показатель вырос с 85 до 93%. Абсолютное большинство опрошенных – 95% – используют мобильный телефон каждый или почти каждый день. Наблюдается тенденция увеличения аудитории как новых медиа (компьютер, Интернет), так и традиционных (газеты, журналы).

Особенности коммуникаций в сельских населенных пунктах неоднократно становились предметом внимания исследователей<sup>3</sup>. Так, различные авторы указывают на то, что коммуникативное пространство малых населенных пунктов, как правило, более закрытое, что является следствием социальной замкнутости и цикличности сельского образа жизни. Городская среда отличается большей открытостью социального пространства, провоцирует возникновение большего количества контактов, однако часто не поддерживает сохранение глубоких связей. Основные особенности сельской культуры заключаются во внутренней сплоченности сельской общности, влечении родственных и соседских отношений в ткань производственных, управленческих, товарищеских и иных социальных связей, доминировании доверительных личных отношений и преобладании коллективной ответственности за поступки. Таким образом, сельский образ жизни характеризуется более высокой степенью коллективизма, и в соответствии с этим приводит к необходимости постоянно поддерживать частые и интенсивные коммуникации<sup>4</sup>.

Настоящая статья основана на результатах эмпирического исследования кейса потребления сервисов мобильной телефонии в сельском населенном пункте Коксовый Белокалитвинского района Ростовской области. Исследовательский проект был реализован объединенной группой преподавателей и студентов Национального исследовательского университета Высшая школа экономики (НИУ ВШЭ) и Донского государственного технического университета (ДГТУ). Использовались такие методы исследования, как

глубинные интервью, наблюдение и анкетирование; для участия рекрутировались сельские пользователи новых медиа (мобильная телефония, цифровое телевидение и/или Интернет) в возрасте от 14 лет и старше. Сбор информации осуществлялся в течение 6 дней: с 25 по 30 июня 2013 г. Всего было проведено 64 интервью в 58 домашних хозяйствах. Половозрастной состав респондентов отражен в табл. 1. Возрастные группы распределились довольно равномерно, существенного перевеса той или иной категории не выявлено.

Интервью проводились по двум различным гайдам, в которые был включен общий блок, посвященный мобильной телефонии. По первому гайду, посвященному многоканальному телевидению и ценностям респондентов, было взято 34 интервью. Второй гайд был посвящен потреблению Интернета, по нему было получено 30 интервью.

Таблица 1

Распределение респондентов по полу и возрасту (n = 64)

Возраст	Мужчины	Женщины	Всего
14–34	10	14	24
35–54	8	10	18
55+	6	16	22
Всего	24	40	64

Среди опрошенных 35 человек не работают, 23 работают полную рабочую неделю, а 6 работают на условиях частичной или сезонной занятости. Большинство респондентов (40) женаты или замужем. Средний размер домашнего хозяйства по выборке – 3,4 человека (включая членов семьи, проживающих в селе непостоянно, но в общей сложности более 2 месяцев в году).

Место проведения интервью – поселок Коксовый с численностью населения 8040 жителей (данные Росстата на 1 января 2013 г.)<sup>5</sup>, до 2004 г. имевшее статус поселка городского типа. Ближайший город – Белая Калитва – находится в 15 км, до областного центра – Ростова-на-Дону – 160 км. Подчеркнем, что многие жители поселка Коксовый заняты на производстве, в связи с чем частное хозяйство не рассматривается ими в качестве основного источника средств к существованию.

Обратим внимание, что сотовая телефония есть во всех домашних хозяйствах исследования, хотя ее наличие не было обязательным условием при отборе респондентов. Весьма распространены в среде опрошенных и такие медиаустройства, как DVD-проигрыватель, а также домашний компьютер, подключенный к Интернету. Стационарный телефон установлен в 20 из 58 домашних хозяйств.

Таблица 2

Наличие исправной медиатехники  
в домашних хозяйствах исследования (n = 58)

Медиатехника	Число домохозяйств
Сотовый телефон, смартфон, КПК	58
DVD, Blue Ray проигрыватель	50
Подключение к Интернету (компьютер)	42
Музыкальный центр	33
Стационарный компьютер	32
Мобильный компьютер (ноутбук, лэптоп)	29
Радиоприемник (эфирный)	29
Подключение к Интернету (смартфон)	22
Видеомагнитофон	21
Стационарный телефон	20
MP3-проигрыватель, iPod	12
Радиоприемник (проводной, радиоточка)	11
Планшетное устройство (типа iPad)	7
Электронная книга	5
Проигрыватель виниловых дисков	4

Блок гайда глубинных интервью, посвященный мобильной телефонии, состоял из трех частей. Первая часть была посвящена общей информации о мобильном телефоне и его использовании респондентом. Во второй части обсуждались вопросы, связанные с использованием мобильного телефона как средства голосовой связи. В третьей части рассматривались различные функции мобильной телефонии. Рассмотрим более подробно основные результаты, полученные в ходе исследования, по каждому из трех направлений.

## Общая характеристика использования мобильного телефона

В подавляющем большинстве случаев мобильные телефоны находятся в индивидуальном пользовании у членов домохозяйств исследуемого поселка, включая детей. Исключение составляют пары пенсионеров, которые пользуются одним аппаратом на двоих, преимущественно для связи с детьми, проживающими в других населенных пунктах. В целом мобильный телефон является в большей степени персонифицированным, личным каналом связи, чем домашний компьютер, а в некоторых случаях – адрес электронной почты, который заводится для совместного использования несколькими членами семьи.

Приобретение телефонного аппарата, как правило, является знаковым событием. Мобильный телефон представляется респондентам желанным подарком, уместным на день рождения, юбилей или годовщину свадьбы и другие памятные даты. *«У нас годовщина семейной жизни была, и племянница нам преподнесла телефон в подарок»* (женщина 59 лет, пенсионер). Многие с гордостью подчеркивают длительность использования этого средства связи, рассказывая об их первых уже устаревших моделях мобильного телефона, отличавшихся большими размерами.

Смена аппарата в основном происходит по причине поломки или потери, ключевой критерий выбора – качественное обеспечение голосовой связи.

Бывшие в употреблении мобильные телефоны не выбрасывают, а отдают «по наследству» другим членам домашнего хозяйства; в некоторых случаях деревенские родственники «донашивают» за городскими. Аппараты часто переходят от взрослых детей пожилым родителям или, наоборот, детям от матери или отца.

В данном контексте представляется весьма характерным высказывание респондента: *«Этот телефон, это ей в этом году купили на день рождения, а вперед ее телефон был сенсорный, он там что-то, крышка стала отламываться, в общем, его очень много били. Он стал плохо работать. И она его отдала деду, вернее, не деду, я его забирала, я ходила с ним, с тем телефоном, но там, правда, крышка не держится, он сейчас лежит у деда. Поэтому у нас телефоны меняются»* (женщина 30 лет, индивидуальный предприниматель).

История появления мобильного телефона в семье часто связана с потребностью оставаться на связи с детьми, которые уезжают в город учиться, уходят в армию или переезжают в другие населен-

ные пункты. Хотя респонденты сравнительно активно коммуницируют по «мобильнику» с другими жителями сельского поселения, общение с соседями редко называется в качестве причины появления устройства. Социально активной части населения мобильный телефон часто бывает необходим по работе.

Из общего числа опрошенных 24 считают свой телефон обычным, а 10 – смартфоном, остальные определить тип телефона затруднились. При этом респонденты понятием «смартфон» оперируют весьма редко; данное слово в большинстве случаев либо было введено в контекст диалога интервьюером, либо вообще не было использовано во время беседы, однако перечисленные респондентом характеристики устройства позволяют идентифицировать последнее в этом качестве. Наиболее популярные марки телефонов – Samsung и Nokia. Суммарная доля принадлежащих им упоминаний составляет около 90%, причем встречаются они с примерно одинаковой частотой. Заметим, что в ходе исследования не было зафиксировано ни одного смартфона популярной среди российских горожан марки iPhone.

Несмотря на то, что в поселке доступны мобильные услуги четырех крупных операторов связи, одному из них – МТС – респонденты отдают явное предпочтение. Выбор оператора чаще обусловлен тем, что его услугами пользуются большинство родных и знакомых; как правило, он не меняется с приобретением нового телефона. Свой тарифный план опрошенные смогли назвать примерно в половине случаев. Зафиксировано несколько случаев отказа от стационарного телефона в пользу мобильного в целях экономии.

Даже если у респондента есть несколько SIM-карт разных операторов, он обычно подчеркивает, что преимущественно использует именно МТС. Реже респонденты пользуются услугами Билайна, Мегафона и Теле-2; в основном это вторая SIM-карта, необходимая для звонков родным в другие города. Вообще говоря, практика приобретения SIM-карт разных операторов в целях сокращения расходов на мобильную связь достаточно популярна. Вот как описывают практику использования SIM-карт один из опрошенных: *«У нас (смеется) на каждую связь есть отдельный телефон. То есть телефоны с “теледвушкой” (ТЕЛЕ-2), есть и с МТС, и Билайн и Мегафон. Вот, в Кисловодск позвонить, у нас “мегафоновский” есть, там они Мегафон. “Билайновский” – девчата у меня на Билайне».* (женщина 44 года, продавец).

В целом, результаты исследования свидетельствуют о том, что мобильная связь давно и прочно вошла в обыденную жизнь

жителей Коксового. Они пользуются ею в среднем на протяжении десяти лет, демонстрируя высокий уровень лояльности как к оператору, так и к марке телефона.

### Мобильный телефон как средство голосовой связи

Функция голосовой коммуникации является для респондентов приоритетной. В большей части случаев они используют свои коммуникативные устройства преимущественно для того, чтобы звонить и принимать звонки, нередко пренебрегая остальными функциональными возможностями. Среди тех, кто использует мобильные телефоны только для разговоров, основную долю составляют жители поселка в возрасте 50 лет и старше. Впрочем, в младшей и средней возрастных группах также наблюдается тенденция минимизации и упрощения взаимодействия с мобильными телефонами. Приведем типичные примеры ответов на вопрос: «Какие функции телефона вы используете чаще?» респондентов разного возраста. «*Я вообще там не лазаю. Даже не знаю. Кроме звонков*» (женщина 62 года, пенсионер). «Мне нужно только, только разговоры» (мужчина 32 года, сотрудник ОВД). «*Чтобы звонить. Собственно, и все*» (мужчина 16 лет, школьник).

У многих участников исследования отсутствует стационарный телефон, что соответствует ситуации в сельских поселениях России в целом. Поэтому мобильное устройство становится основным средством удаленной межличностной коммуникации. В ходе исследования зафиксированы случаи отказа от услуг стационарной связи в связи с их избыточностью и значительной стоимостью. («*Нет, мы отключили его [стационарный телефон], отказались, дорого*» (женщина 52 года, ИП).)

Как правило, число входящих и исходящих вызовов у респондентов примерно одинаковое, тогда как активность пользования телефонией различная. К группе активных пользователей услугами мобильной связи в основном относятся работающие участники исследования. Сюда же входят женщины-домохозяйки, регулярно общающиеся с детьми и подругами, а также поддерживающие контакты с многочисленными родственниками. Они делают в день исходящих звонков минимум один-два часа и принимают столько же входящих. Ко второй группе относятся пенсионеры, использующие телефон в основном для связи с детьми и решения бытовых вопросов (например, заказ газа), а также молодые люди, ограничен-

ные в средствах и предпочитающие общение в социальных сетях через стационарный компьютер.

Следует отметить, что для сельских жителей характерна более высокая степень коллективизма и четкая выраженность родственных связей между людьми. Повседневная жизнь в российском селе исторически была построена на постоянном взаимодействии с родственниками. Таким образом, технология мобильной телефонии в данном случае конструирует органичное продолжение коммуникативного потока, часто формирующего быт рассматриваемой социальной группы. Анализ глубинных интервью показывает, что целевые группы коммуникации у большинства участников исследования классические: дети, коллеги и клиенты на работе, друзья и родственники. Однако высокая степень коммуникативной активности по мобильному телефону в данном случае редко объясняется большим количеством деловых и личных контактов. Отдельно следует отметить высокую степень распространенности звонков в другие населенные пункты, которая формируется за счет стремления поддерживать традиционные тесные связи с родственниками (чаще всего детьми и внуками), не проживающими в одном населенном пункте с опрошенными.

Респонденты, нечасто разговаривающие по мобильному телефону, утверждают, что у них нет соответствующей необходимости, ссылаются на высокую стоимость звонков и отсутствие желания коммуницировать часто и подолгу. *«Я немного звоню, мне немного – по работе, по знакомым, – не так, чтобы. Много номеров таких, нужных [130 контактов в телефонной книге]. Каждый день общаться – это дорого. В основном, с близкими»* (женщина 55 лет, работник буровой промышленности). Чаще всего регулярные коммуникации распространяются на достаточно ограниченный круг лиц; исключения составляют случаи, когда респондентам приходится делать много звонков по работе.

Анализ количества контактов в телефонных книжках позволяет зафиксировать, что у некоторых жителей Коксового электронный список телефонов достаточно большой: *«Да (примерно 250 контактов), нужные номера стараюсь сохранять»* (женщина 44 года, продавец). *«Контакты да, конечно записываю. Где-то 160. Все. Ну они у меня по группам разделены: работа, родственники, знакомые, друзья... Есть, в записной книжке есть»* (женщина 52 года, ИП). Другая группа респондентов обладает совсем небольшим количеством контактов. При этом разрыв с предыдущей группой респондентов достаточно весомый: *«Ну, штук 15, наверное. То кума, то все свои»* (женщина 62 года, пенсионер). *«Я большую часть номеров*

*наизусть знаю. Не знаю, примерно, 16 номеров [телефонная книжка]» (женщина 16 лет, школьница).*

Подобный разрыв может быть результатом противоречивых процессов, происходящих сегодня в российской сельской местности. Небольшое количество телефонных контактов демонстрирует замкнутость на привычных жизненных циклах, социальную закрытость и коммуникативные традиции с небольшим, но тесным кругом людей. Большое количество контактов может являться следствием постепенного проникновения на село городского образа жизни.

Звонки по мобильному телефону рассматриваются большим количеством респондентов как более удобная форма коммуникации, приближенная к естественной, однако технологически опосредованная. Сравнивая звонки с функцией SMS, опрошенные говорят о ненужности или бесполезности последней. В условиях исследуемого сообщества такие элементы мобильной культуры, рассматриваемые различными авторами, как текстинг, активный обмен мультимедийной информацией и др.<sup>6</sup>, способные привести к снижению доли голосового обмена в общем объеме мобильного трафика, выражены крайне слабо.

Итак, голосовая связь остается для жителей исследуемого населенного пункта ключевым направлением использования мобильной телефонии. В то же время используемые респондентами гаджеты обладают достаточно широким функционалом, причем в условиях развития технологий и перманентного процесса замены устройств данный функционал продолжает расширяться. Рассмотрим, каким образом жители Коксового используют различные дополнительные возможности своих телефонов и смартфонов.

### Использование дополнительных функций мобильных телефонов

Как мы уже отмечали, к имеющимся функциям мобильных телефонов респонденты обращаются неактивно и весьма ограниченно. Сервис SMS не пользуется спросом. Большинство опрошенных предпочитают разговор набору текста; около половины респондентов не умеют использовать данную функцию. К отправлению SMS прибегают в особых случаях, например для передачи точной информации (паспортные данные и др.), в праздничные дни для обмена стихотворными поздравлениями и т. п. Сообщения MMS востребованы крайне малочисленной группой. В ос-

новном речь идет о пересылке фотографий, документирующих достижения в огороде или цветнике, а также портретов детей и других членов семьи.

Мелодия для звонка выбирается в большинстве случаев из числа имеющихся в аппарате, одна на все группы контактов, часто по принципу «чем громче, тем лучше». В качестве «обоев» выступают изображения детей, домашних любимцев, цветов, пейзажные фото; примерно в половине случаев используется картинка из стандартного набора.

Остальные функции мобильного телефона использует около четверти респондентов. Наиболее распространенные из них – будильник, калькулятор, календарь, заметки. Сравнительно часто бывает востребован фотоаппарат, на который пользователи фотографируют родственников, огород, предметы интерьера и значимые события: поездки к родственникам и друзьям, семейный отдых, праздники и т. д.

Неактивные потребители мобильных сервисов старшего возраста часто используют телефон только для звонков. Приведем достаточно характерную цитату из интервью: *«Вообще-то я в нем [мобильном телефоне] даже записывать ничего не могу. Я так. Только чтобы ответить. Дети смеялись: мы будем звонить – на зеленую кнопку нажмешь. Я: Ой, для меня это сложно. Они: девяностолетние пользуются. Да, я говорю: не хочу»* (женщина, 51 год, пенсионер). Представители данной группы часто не понимают, как пользоваться SMS и другими функциями, и утверждают, что у них нет в них потребности. Иногда такие люди имеют возможность доступа в Интернет со стационарного компьютера и соответственно коммуницируют с другими людьми посредством текстовых сообщений и картинок. Однако телефон для этой цели они не используют.

Активные пользователи голосовой коммуникации – преимущественно женщины среднего и старшего возраста. Они иногда отправляют и получают SMS, однако другие функции почти не задействуют. Самая популярная цель использования SMS – поздравление родных и близких. *«Да, пишем [смс]. Это в основном праздники и поздравления... Но... Редко, реже, чем звоню»* (женщина 30 лет, домохозяйка). Также иногда респонденты этой группы передают с помощью SMS информацию по работе.

Среди участников исследования также можно выделить небольшую группу продвинутых пользователей мобильной телефонии. Это респонденты разного возраста (от 22 до 63 лет), объединенные склонностью к городскому стилю жизни; помимо звонков и SMS

они пользуются фотокамерой в телефоне, могут отсылать MMS. Кроме того, они используют мобильный Интернет, что фактически определяет их более интенсивное и разнообразное обращение к функционалу своего мобильного устройства. Многие используют его для общения в социальных сетях, потребления специализированной информации, часто в связи с профессиональной деятельностью. SMS в данном случае становится лишь одним из множества доступных способов вступления в переписку. С одной стороны, это способно привести к отказу от данной функции, а с другой стороны, расширяет сферу письменной коммуникации. В результате письменное общение по мобильному телефону может превратиться из специфического в обыденное.

Для всех перечисленных групп пользователей характерно отсутствие спроса на платные мобильные сервисы. Платные рассылки (гороскоп, прогноз погоды и т. д.) не востребованы со стороны респондентов, дополнительные программы на мобильный телефон устанавливаются крайне редко.

## Заключение

Результаты проведенного исследования свидетельствуют о том, что мобильная телефония прочно вошла в быт жителей крупного южного села. Мобильный телефон преимущественно является предметом индивидуального пользования; наиболее востребованной, а в некоторых случаях и единственной используемой является функция голосового общения. Среди прочих направлений использования мобильных технологий – обмен SMS и MMS-сообщениями, а также публикация в социальных сетях фото и видео, сделанных на мобильные телефоны или смартфоны.

Стили потребления мобильных телефонов на селе различны. Некоторые участники исследования пользуются ими по минимуму, другие достаточно активны, однако ограничиваются исключительно возможностями голосовой связи. Отдельные потребители воспроизводят паттерны использования, характерные для горожан. Мобильная телефония используется для поддержания связи с родственниками, находящимися в других населенных пунктах, для профессиональной интеграции в городскую среду и т. д. Таким образом, коммуникативные возможности мобильной телефонии помогают жителям села адаптироваться к изменяющимся социальным условиям.

- <sup>1</sup> Интернет в России: динамика проникновения. Весна 2013 // Фонд «Общественное мнение» [Электронный ресурс]. URL: <http://runet.fom.ru/Proniknovenie-interneta/10950> (дата обращения: 15.10.2015).
- <sup>2</sup> Российский статистический ежегодник – 2012. 18.5. Основные показатели развития телефонной связи общего пользования и подвижной связи (на конец года) // Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. URL: [http://www.gks.ru/bgd/regl/b12\\_13/IssWWW.exe/Stg/d4/18-05.htm](http://www.gks.ru/bgd/regl/b12_13/IssWWW.exe/Stg/d4/18-05.htm) (дата обращения: 15.10.2015).
- <sup>3</sup> Антошкин В.Н. Социально-территориальные общности. Социология села. Уфа: БГПИ, 1993; Великий П.П., Елютина М.Э., Штейнберг И.Е., Бахрутина Л.В. Старики российской деревни. Саратов, 2000; Гольдин В.Е. Доминанты традиционной сельской культуры речевого общения // Аванесовский сборник. М., 2002; Никифоров Л.В., Кузнецова Т.Е. Город и село: особенности интеграции в советский и постсоветский периоды // Журнал исследований социальной политики. 2007. Т. 5. № 2. С. 179–200.
- <sup>4</sup> Великий П.П., Елютина М.Э., Штейнберг И.Е., Бахрутина Л.В. Указ. соч.; Гольдин В.Е. Указ. соч.; Никифоров Л.В., Кузнецова Т.Е. Указ. соч.
- <sup>5</sup> Численность населения Российской Федерации по муниципальным образованиям на 1 января 2013 г. // Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. URL: [http://www.gks.ru/free\\_doc/doc\\_2013/bul\\_dr/mun\\_obr2013.rar](http://www.gks.ru/free_doc/doc_2013/bul_dr/mun_obr2013.rar) (дата обращения: 15.10.2015).
- <sup>6</sup> Рейнголд Г. Умная толпа: новая социальная революция. М., 2006; Crystal D. Txtng: The Gr8 Db8. Oxford: Oxford University Press, 2008; Groebel J., Noam E.M., Feldman V. Mobile Media: Content and Services for Wireless Communications. L.: Lawrence Erlbaum Associates, 2006.