

МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

им. М. В. ЛОМОНОСОВА

Географический факультет

На правах рукописи

УДК 911.3 (470)

РОСИЧ Юрий Юрьевич

ГЕОГРАФИЯ РАЗВИТИЯ ИНТЕРНЕТА В РОССИИ

**специальность 25.00.24 – Экономическая, социальная и политическая
география**

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой степени

кандидата географических наук

Москва – 2005



Работа выполнена на кафедре экономической и социальной географии России географического факультета Московского государственного университета им. М. В. Ломоносова

Научный руководитель:

Доктор географических наук

А. И. Алексеев

Официальные оппоненты:

Доктор географических наук

Г. А. Гольц

Кандидат географических наук

А. В. Шилаев

Ведущая организация:

Институт географии РАН

Защита состоится «13» октября 2005 г. в 15 часов на заседании диссертационного совета по защите диссертаций на соискание ученой степени доктора географических наук Д 501.001.36 в Московском государственном университете им. М. В. Ломоносова по адресу: 119992 Москва, ГСП-2, Ленинские Горы, ГЗ МГУ, географический факультет, ауд. 1806.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке географического факультета МГУ

Автореферат разослан «09» сентября 2005 г.

Ученый секретарь

диссертационного совета,

кандидат географических наук



С. П. Москальков

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Сектор интернет-услуг, стремительное развитие которого наблюдается в течение последнего десятилетия, – совершенно новое структурное образование, зародившееся внутри четвертичного сектора экономики, но постепенно охватывающее все стороны общественной жизни. Интернет, число пользователей которого в мире на конец 2004 г. оценивалось цифрой свыше 900 млн. чел. [СИА, 2005]. Интернет является одной из самых глобальных структур на Земле, одним из наиболее ярких проявлений глобализации и информатизации социально-экономических процессов в мире.

С увеличением количества пользователей и доли интернет-услуг в мировой экономике Интернет начинает оказывать существенное влияние на сложившиеся территориально-общественные системы, как на их экономические, так и социальные основы. Оценке факторов развития Интернета и оценке территориальных и структурных аспектов его влияния на современные общественные системы и посвящена данная диссертация.

Актуальность географического исследования сектора интернет-услуг подтверждается значительным увеличением роли Интернета в жизни общества, изменяющегося под воздействием процессов глобализации и информатизации.

Цель диссертации – выявление социально-экономических и экономико-географических особенностей и закономерностей развития Интернета в России.

Объект исследования – сектор интернет-услуг России.

Предмет исследования – территориально-организационная структура сектора интернет-услуг России.

В рамках цели и предмета исследования были поставлены следующие **задачи**:

– проведение анализа российского и международного опыта изучения территориальной организации сектора интернет-услуг;



- выявление основных факторов развития сектора интернет-услуг;
- анализ развития сектора интернет-услуг в России;
- проведение типологии территории России по уровню развития Интернета.

Информационная база исследования обеспечивается различными статистическими источниками, а также общетеоретическими и практическими исследованиями Интернета и сектора интернет-услуг. В их числе статистические материалы Госкомстата РФ, российских и зарубежных коммерческих и общественных организаций, а также отраслевые исследования в области телекоммуникаций и информационных технологий, средств массовой информации, в том числе социологические; материалы различных информационных агентств; собственные исследования автора в области территориальной дифференциации России по уровню развития сектора интернет-услуг; в качестве научных источников использованы статьи и монографии отечественных и зарубежных географов, экономистов, социологов и специалистов по информационным технологиям (Алисов Н.В., Валькова Т.М., Войскунский А.Е., Тутубалин А., Анненков В.В. и др.), в области исследований инноваций (Хагерstrand Т., Грицай О.В., Трейвиш А.И., Глазьев С.Ю. и др.). Для обоснования общетеоретических, методологических и методических основ географии Интернета были использованы работы преимущественно зарубежных авторов (Кастельс М., Бэтти М., Китчин Р. и др.).

Полный список использованной литературы (115 печатных работ и 52 интернет-источника) приведен в конце диссертации.

Научная новизна работы определяется недостаточным уровнем экономико-географических исследований в области географии Интернета в России. Фактически сведения по отрасли в работах эконом-географов носят преимущественно поисковый характер и большей частью укладываются в рамки изучения современных телекоммуникаций и процессов информатизации общества. Специфика Интернета требует разработки методов, критериев и показателей для анализа территориальной организации всей сектора интернет-услуг России.

Апробация работы и публикации. Основные выводы диссертации, тенденции и проблемы развития сектора интернет-услуг в России были доложены автором на 4 конференциях. По теме диссертации опубликовано 8 научных статей (включая статьи в таких рецензируемых журналах, как «Известия РАН. Серия географическая» и «Вестнике Московского Университета. Серия 5. География», автор имеет монографию. Кроме того, в различных печатных и сетевых изданиях опубликованы свыше 40 публицистических статей по российскому Интернету (журналы «Планета Internet», «Мир Internet», «Сетевой журнал» и различные интернет-издания).

Структура работы. Диссертация состоит из введения, трех глав, заключения, списка используемой литературы и приложений. В первой главе рассмотрены теоретические вопросы географии Интернета, сделана попытка обобщения мирового и отечественного опыта исследований в области географии Интернета, рассмотрены основные термины, концепции и понятия географии Интернета, а также дан обзор общего развития Интернета в мире и положения российской сектора интернет-услуг при сравнении с другими странами. Вторая глава посвящена экономико-географической характеристике сектора интернет-услуг России – телекоммуникационным, социальным и информационным аспектам развития российского Интернета. Третья глава посвящена инновационным аспектам развития и распространения Интернета в России и в мире, сделан обзор основных факторов развития сектора интернет-услуг и предложена инновационная модель развития Интернета, а также проведена типология регионов России по уровню развития сектора интернет-услуг.

Общий объем диссертации – 121 стр. без приложений, 165 стр. с приложениями, в т.ч. 45 таблиц и 22 иллюстрации.

ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ И ВЫВОДЫ ДИССЕРТАЦИИ

1. На современном этапе развития Интернета Россия характеризуется очень высокой степенью поляризации территории по уровню развития сектора интернет-услуг. Если в Москве и в несколько меньшей степени в Санкт-Петербурге уровень развития Интернета в целом сопоставим со многими странами Западной Европы, и Интернет охватывает 20% населения и болсс (в Москве – около 30%), то в малых городах, степень проникновения Интернета составляет менее 1% (см. рис. 1, рис. 2). Москва и Санкт-Петербург первыми в России перенимают инновации с Запада, и только после их некоторой апробации происходит их дальнейшая диффузия в остальные регионы страны.

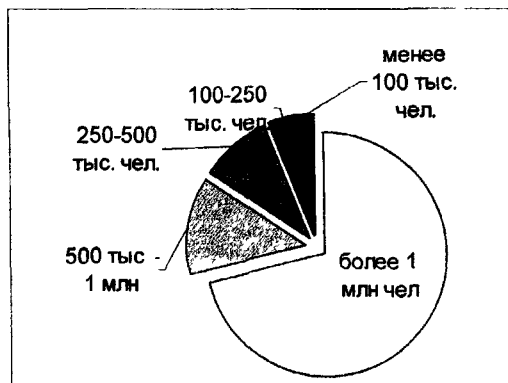


Рис. 1. Распределение месячной интернет-аудитории России по городам с различной людностью, %, 2005 г. [по данным SpyLOG]

Развитие сектора интернет-услуг неразрывно связано с понятием распространения инноваций. В качестве инновации выступает сам Интернет, распространение которого по территории России происходит, как и в отношении любой другой инновации, путем постепенного «вовлечения» городов различного размера (от центра к периферии, т.е. путем диффузии инновации). В связи с неоднородностью структуры расселения страны диффузия осуществляется дискретно, постепенно «опускаясь» по

«иерархической» лестнице городов по их размеру: от крупных к мелким. Если в городах-миллионерах Интернет стал довольно обычным явлением уже в 1997-1998-х годах. (а в Москве и Петербурге еще раньше), то в города с населением 50-100 тыс. и менее его проникновение происходит только в настоящее время. На качественном уровне это выражается в том, что в настоящее время города разного размера в целом находятся на совершенно разных этапах развития Интернета.

Так, если в Москве и Санкт-Петербурге в 2003-2005 гг. наблюдается «бум» электронной коммерции, процесс диверсификации интернет-бизнеса, а также развертывание в спальных микрорайонах так называемых «домашних» сетей (сетей микрорайонов). Начальная стадия развития интернет-бизнеса имеет место и в других городах с населением свыше 500 тыс. – 1 млн чел. В городах меньшего размера (200-300 тыс. чел.) в целом отмечается только формирование первых полноценных информационных региональных порталов и расширение количества пользователей Интернета за счет подключения к Интернету рабочих офисов компаний. В городах 50-100 тыс. чел. происходит только формирование местных рынков провайдинга за счет постепенного количественного увеличения числа пользователей Сети и появление единичных местных веб-сайтов. В малых же городах в целом Интернет представлен преимущественно только благодаря тому, что региональные предприятия электросвязи, входящие в «Связьинвест» предоставляют услуги по подключению к Интернету на территории всего региона, где они работают.

Происходящее в 2001-2005 гг. увеличение в регионах количества интернет-пользователей и информационных ресурсов приводит к постепенному формированию полноценных региональных рынков интернет-услуг и усложнению всей территориальной структуры отрасли. Если в середине 1990-х гг. российский Интернет как телекоммуникационная система представлял собой многолучевую «звезду» с основным центром в Москве, откуда каналы связи расходились по другим городам России, то постепенно на концах «лучей» сформировались межрегиональные центры российского Интернета в других

крупнейших городах России (прежде всего в городах-миллионерах Новосибирске, Самаре, Екатеринбурге). Сейчас же в каждом регионе происходит формирование собственного регионального центра развития, а в некоторых регионах – и отдельных внутрорегиональных центров второго порядка.

2. Особое место в развитии российского Интернета занимают различные академические сети. В огромной степени именно университетские и научные центры сформировали начальную инфраструктуру и рынок интернет-услуг в крупных городах страны. В некоторых же более мелких городах Интернет появился изначально вообще только благодаря находящимся в них научно-исследовательским институтам, ведущих исследования в области физики и особенно ядерной физики. Но, несмотря на то, что поначалу наукограды лидировали по уровню развития Интернета, в настоящее же время их роль в целом уже незначительна. Это связано с тем, что развитие Интернета в наукоградах к настоящему моменту фактически остановились примерно на третьей волне интернет-инноваций (т.е. внедрении услуг подключения к Интернету по выделенным линиям). Причина этого в очень низкой «коммерческой» составляющей деятельности академических структур в России, их связи с бизнесом. В отличие от стран Западной Европы и США, где научно-исследовательские центры стали основой для формирования вокруг них целых районов с более высокой долей высокотехнологичных производств, в России имели место только единичные случаи размещения в наукоградах предприятий по производству компьютерного и телекоммуникационного оборудования (и то в большей степени еще на основе созданных в советское время производств (как, например, в Зеленограде)). Немногочисленные российские производители компьютерного и телекоммуникационного оборудования предпочитают размещать собственные производства ближе к рынкам сбыта в крупных

городах, которые и сами по себе обычно обладают достаточно высоким инновационным потенциалом.

Таким образом, в полной мере инновационный потенциал был использован для развития Интернета в России пока только в наиболее крупных городах. Хотя наукограды характеризуются уровнем интернетизации (т.е. долей пользователей Интернета от общей численности населения) на уровне городов с населением свыше 1 млн чел. (т.е. около 8-12% и более), но в тоже время различные коммерческие интернет-сервисы в них представлены крайне фрагментарно. Это объясняется тем, что вследствие небольшой численности населения даже относительно высокий по российским меркам уровень интернетизации наукоградов не может обеспечить необходимый количественный уровень платежеспособного спроса для развития электронной коммерции. Как показали результаты проведенного исследования, количественный рост числа объектов электронной коммерции и их диверсификация отмечается только при достижении общего числа пользователей Сети в пределах города (агломерации) в размере около 90-100 тыс. чел.

4. На ход развития Интернета «наложилась» и общая неразвитость на территории страны сетей связи и телекоммуникаций, как межрегиональных, так и локальных, внутригородских. Отсутствие в России межрегиональных магистральных линий связи, соответствующих современным стандартам, долгое время вплоть до самого конца 1990-х гг. было одним из основных сдерживающих факторов развития интернет-провайдинга за пределами двух столиц. Кроме того, если на Западе развитие телекоммуникационных сетей происходило с опережением спроса на их услуги, то в России проблема перезагруженности линий связи так до конца еще и не решена (за пределами двух столиц), и постепенно отошла на второй план. В настоящее время одним из главных лимитирующих факторов для развития Интернета в стране является общая неразвитость внутригородских сетей связи

и телекоммуникаций. Это выражается в отсутствии телекоммуникационной основы для подключения к Интернету частных пользователей на основе широкополосного доступа. В этом отношении в полной мере сказывается инвестиционный фактор, так как в стране фактически нет компаний, способных инвестировать в развитие телекоммуникационных сетей в масштабах целых городов. Поэтому в России получают развитие в основном нехарактерные для западных стран домашние (кампусные) сети.

5. Общий уровень развития сектора интернет-услуг в том или ином регионе России в целом определяется влиянием нескольких тесно взаимосвязанных факторов, которые можно свести в три основных блока (базиса):

1) *уровень инвестиционного потенциала* территории, который может быть реализован в развитие высокотехнологичных секторов экономики (рынка IT-технологий), включая уровень доходов населения, определяющий наличие платежеспособного спроса на рынке интернет-услуг (инвестиционный базис);

2) *уровень развития телекоммуникационной инфраструктуры*, необходимой для обеспечения подключения к Интернету (телекоммуникационный базис);

3) *уровень инновационного потенциала* территории, необходимого для соответствующего обеспечения специалистами и технологиями (инновационный базис).

На определенных исторических этапах развития Интернета в стране один из этих факторов становился определяющим, не отменяя важности остальных факторов. В настоящее время определяющим фактором развития Интернета в России является инвестиционный потенциал территории, а инновационный и телекоммуникационный базисы играют роль дополнительных факторов, лимитирующих или благоприятствующих развитию сектора интернет-услуг на той или иной территории. В некоторой степени развитию Интернета также способствует приграничное положение и наличие активных внешних связей с

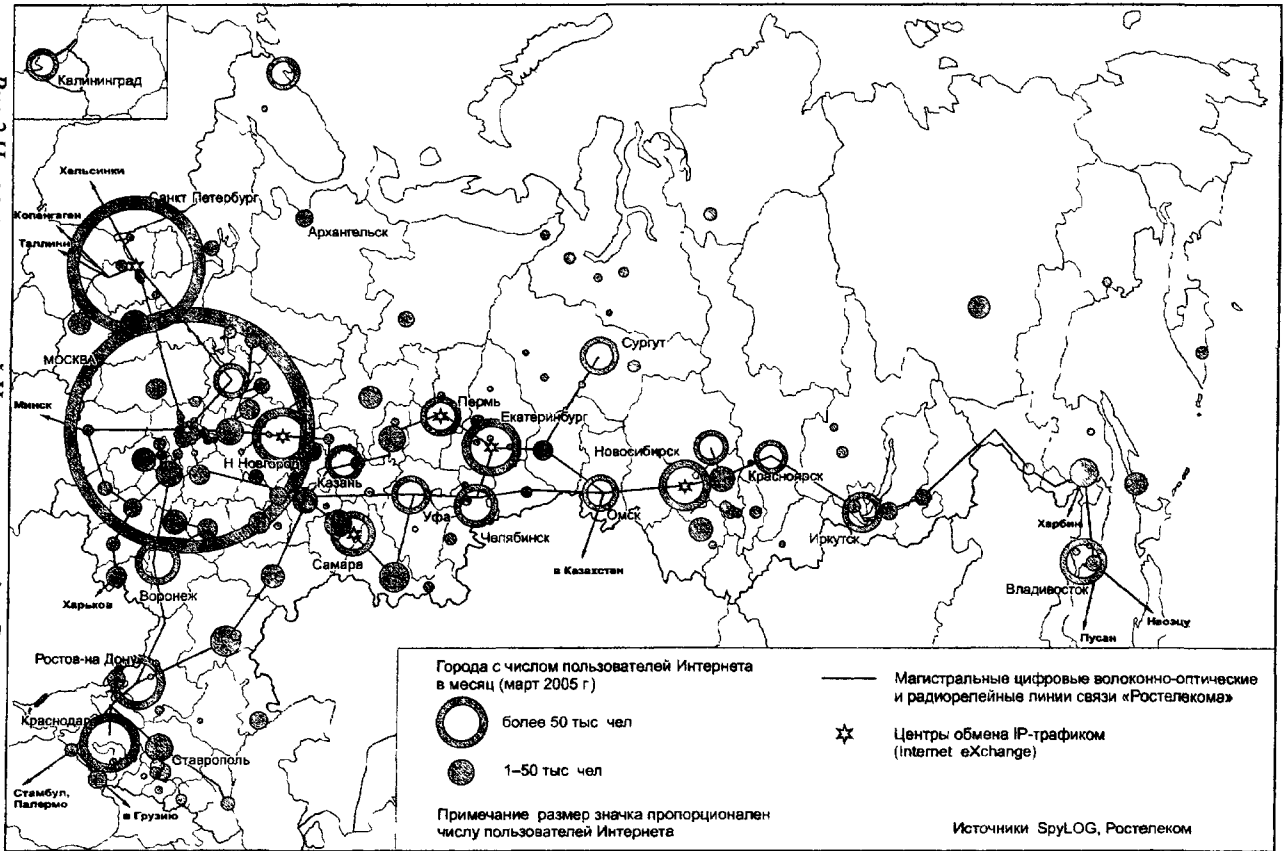
другими странами (это наиболее ярко в России проявляется на примере Приморского края, Калининградской области и Карелии, где общий уровень интернетизации за счет этого несколько выше среднего по стране).

Именно поэтому уровень развития Интернета в первую очередь определяется структурой расселения и размером городских поселений (т.е. людностью города). Ясно, что чем больше город по численности населения, тем выше в нсм (за редкими исключениями) уровень доходов населения, общий уровень инвестиционного потенциала, уровень развития телекоммуникационной и инновационной инфраструктуры. Другие же факторы развития сектора интернет-услуг как отрасли хозяйства действуют опосредованно и не столь очевидны. Их роль все четче проявляется по мере увеличения степени охвата Интернетом территории и населения страны.

В этом отношении Интернет можно рассматривать как стандартную инновацию, специфическим фактором для развития которой в настоящее время являются только особенности телекоммуникационного базиса. Это объясняется генетической связью сектора интернет-услуг со всей отраслью телекоммуникаций, в состав которой обычно включается Интернет. Влияние же инвестиционного и инновационного потенциалов в целом универсально для всех инноваций, которые могут быть использованы в качестве коммерческих услуг.

Уровень инновационного потенциала той или иной территории особенно большую роль играл в начале развития Интернета, и особенно на Западе, где именно инновационные центры в виде научных и академических учреждений были основными (начальными) точками развития интернет-инфраструктуры. Но по мере коммерциализации Интернета, использования возможностей Интернета массовым потребителем возрастает влияние телекоммуникационного и инвестиционного базисов. Если в середине 1990-х годов в регионах России наиболее активно развивались академические сети, то в настоящее время наиболее активно развиваются сети коммерческих провайдеров, именно они составляют сейчас основу российского Интернета.

Рис. 2 Число пользователей Интернета в городах России, 2005 г.



Это, несмотря на то, что именно академические сети во многих регионах России были теми «пилотными проектами», благодаря которым Интернет и появился в регионе не как случайное, а как закономерное явление.

6. Главный сдерживающий фактор развития Интернета в России – это неразвитость потенциального рынка пользователей интернет-услуг и в целом низкий уровень доходов населения, особенно за пределами крупных городов. В этом отношении, в целом, развитие сектора интернет-услуг в России имеет ряд сходств, хотя и с некоторыми значительными отличиями, с развитием другой инновационной отрасли – сотовой связи, темпы распространения которой также находятся в тесной корреляции с уровнем доходов населения. Но сотовая связь изначально в своем развитии опиралась на потенциальных пользователей из бизнес-среды (т.е. с уровнем доходов выше среднего), к которым затем постепенно присоединились пользователи молодых возрастов. Развитие же сектора интернет-услуг с самого начала ориентируется на потенциальных пользователей как молодых возрастов, так и с доходами выше среднего (представителей бизнеса, включая всех IT-специалистов из смежных отраслей информационной индустрии), а также на пользователей из академической среды.

Проникновение Интернета и сотовой связи в регионы также происходило различно. Благодаря академическим сетям и низкой стоимости организации подключения к Интернету через коммутируемый доступ, услуги по подключению к Сети в конце 1990-х годов предоставлялись в том или ином виде фактически во всех городах России. Тогда как сотовая связь вследствие больших затрат на организацию сети и политики государственных органов управления (через лицензирование) смогла «проникнуть» во все города страны значительно позже. Но при этом число потенциальных пользователей сотовой связи в регионах оказалось гораздо больше, что позволило сотовой связи в начале 2000-х гг. расти по числу новых абонентов значительно быстрее, чем Интернету. Так, если в 1999 г. число пользователей Интернета и сотовой связи

было сопоставимым и немного превышало 1 млн чел., то в 2005 г. число пользователей Интернета, по максимальным оценкам, в России составляло около 20 млн чел., число же абонентов сотовой связи значительно превышало 50 млн.

В начале 2000-х гг. Россия, хотя и сильно отставая по уровню интернетизации от развитых стран, была одним из лидеров по динамике роста Интернета в мире. Но в настоящее время бурный рост Интернета в России, как и в развитых странах, близок к завершению. В Западной Европе, США и Канаде замедление темпов роста связано исключительно с насыщением рынка (что всегда неизбежно происходит при показателях 40-50% и выше), т.к. большинство активных жителей страны уже являются пользователями Сети. В России же замедление не связано с насыщением рынка, а связано, скорее всего, с общим уровнем платежеспособного спроса.

7. За период 1991–2005 гг. в России можно выделить 6 основных инновационных волн в области интернет-технологий,(рис. 3):

1) волна распространения электронной почты и телеконференций, начавшаяся в 1990–1991 гг. и затухшая примерно к 1996 г.;

2) волна по распространению услуг по подключению к Интернету по коммутируемому доступу (с использованием модема, dial-up), начавшаяся в самом конце 1993 – начале 1994 гг. и к настоящему времени охватившая в той или иной степени практически все города с населением свыше 50 тыс. чел.;

3) волны по распространению услуг подключения к Интернету по выделенной линии и созданию специализированных студий веб-дизайна, начавшиеся примерно в 1996 г. и охватившие в той или иной степени все крупные города (с численностью населения свыше 250–300 тыс. чел.);

4) волны по распространению электронной коммерции и создания специализированных порталов, начавшиеся примерно в середине 1999 г. и охватившие к настоящему времени города с населением свыше 400-500 тыс. чел.;

5) волны по распространению домашних сетей и диверсификации направлений интернет-бизнеса, начавшиеся примерно в середине 2000 г. и охватившие к настоящему времени все крупнейшие города страны с населением свыше 1 млн чел. и отдельные города с населением свыше 500 тыс. чел.;

б) только наметившаяся волна распространения беспроводного доступа по технологии Wi-Fi.

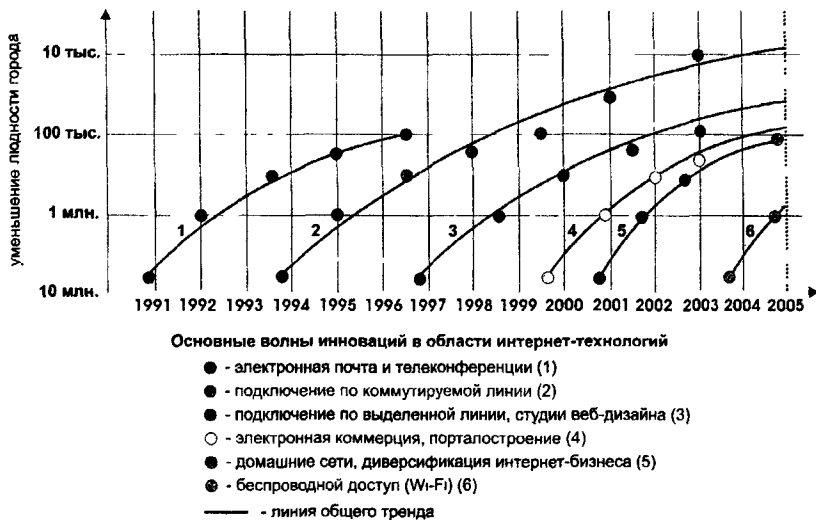


Рис.3. Диффузия инноваций в области интернет-технологий по городам различного типа (плотности), Россия, 1991-2002 гг.

Рисунок 3 выполнен автором на основе экспертного анализа. Автор считает за проникновение той или иной волны наличие во всех городах определенного ранга конкретной интернет-услуги или явления, предоставление или наличие которых имеет не спорадический, а постоянный характер. Положение индикаторов на рисунке не обозначает качественную сторону самого процесса распространения инновации, а имеет только статистический характер наличия данного явления.)

На рисунке 3 можно заметить пока очень слабо выраженную тенденцию к постепенному сокращению времени, которое необходимо для проникновения

инноваций в области интернет-технологий из общероссийских центров (Москвы и Санкт-Петербурга) в другие крупные города. Видимо, по мере общего развития Интернета увеличивается и скорость восприятия новых инноваций в этой области.

Но на рис. 3 не отражены иерархические центры Интернета более высокого ранга (т.е. мировые города самого высокого уровня), находящиеся за пределами России. В последних, к примеру, в 2002-2005 гг. получила распространение уже «шестая волна» в виде массового беспроводного доступа к Сети (по технологиям Wi-Fi). В Москве и Санкт-Петербурге эти инновации находятся на начальной стадии внедрения.

8. Для оценки основных территориальных закономерностей современной динамики сектора интернет-услуг и перспектив его развития в работе проведена типология регионов России по уровню развития сектора интернет-услуг

Для проведения такой типологии регионов России был выбран набор следующих изначальных показателей: 1) число интернет-посетителей (пользователей) в крупнейших городах России (т.е. уровень интернетизации); 2) число интернет-провайдеров по регионам; 3) число информационных ресурсов Интернета и зарегистрированных доменов первого уровня в зоне .ru; 4) разнообразие региональных информационных ресурсов Интернета и различных форм интернет-бизнеса (наличие в регионах интернет-магазинов и студий веб-дизайна).

В результате было выделено 6 групп регионов России по состоянию на 2005 г. – с очень высоким (по сравнению с другими регионами страны), относительно высоким, выше среднего, средним, ниже среднего и очень низким уровнем развития сектора интернет-услуг (табл.1).

Особые случаи представляют пять регионов России (Приморский край, Калининградская, Псковская и Новгородская области и Карелия), где

Таблица 1
 Типология регионов России по уровню развития сектора интернет-услуг, 2005 г.

Уровень развития*	Регионы
Очень высокий - интернетизация свыше 20%, развитые рынки провайдера и электронной коммерции	Москва, Санкт-Петербург
Относительно высокий - интернетизация 4-8%, 40-80 провайдеров, 2-3 сайта на 10 тыс. чел., относительно развитые рынки электронной коммерции	Свердловская, Ростовская обл., Самарская, Новосибирская, Московская, Пермская, Омская области
Выше среднего – интернетизация 4-8%, 10-20 провайдеров, 2-3 сайта на 10 тыс. чел., начальный уровень развития рынков электронной коммерции	Краснодарский, Приморский, Красноярский края, Татарстан, Ханты-Мансийский АО, Калужская, Иркутская, Мурманская, Челябинская, Нижегородская, Калининградская, Воронежская, Томская, Псковская, Новгородская, Ярославская области
Средний - интернетизация 2-4%, 2-4 провайдера, 1-2 сайта на 10 тыс. чел., единичные примеры проектов электронной коммерции	Ямало-Ненецкий АО, Хабаровский, Алтайский, Ставропольский края, Коми, Удмуртия, Саха (Якутия), Башкортостан, Карелия, Кемеровская, Вологодская, Владимирская, Белгородская, Тульская, Волгоградская, Сахалинская, Тверская, Кировская, Орловская, Саратовская, Липецкая, Оренбургская, Магаданская, Ульяновская, Камчатская, Ленинградская, Астраханская, Архангельская, Рязанская, Ивановская, Пензенская, Тамбовская, Костромская области, Мордовия, Чувашия, Бурятия
Ниже среднего - интернетизация 1-1,5%, 2-4 провайдера, 0,5-1 сайт на 10 тыс. чел., проектов электронной коммерции почти нет	Курская, Тюменская, Брянская, Курганская, Амурская, Читинская, Смоленская области, Марий Эл, Северная Осетия, Адыгея, Хакасия
Очень низкий - неразвитые рынки интернет-услуг, интернетизация менее 1%, только 1-2 провайдера, сайтов почти нет	Калмыкия, Дагестан, Чукотский АО, Алтай, Карачаево-Черкесия, Тува, Кабардино-Балкария, Еврейская АО, Ингушетия, Чечня

Примечание: * – по относительной шкале для регионов России.

существенное влияние на развитие сектора интернет-услуг также оказывают приграничное положение региона и связи с внешним миром. Во многом именно за счет этих факторов показатели развития Интернета для этих регионов оказываются несколько выше, чем у регионов со схожей численностью и структурой населения и уровнем общего экономического развития.

9. Изначально развитие Интернета во многом накладывается на существующие территориальные телекоммуникационные и социально-экономические системы, но в дальнейшем сектор интернет-услуг сама начинает влиять на их развитие. При этом Интернет в территориальном отношении становится «проводником» не только глобализационных, но и многих локальных процессов.

Для описания разнонаправленного характера воздействия Интернета на территориальные социально-экономические системы в целом более применимо понятие глокализация, которое отражает две тенденции в развитии современного общества – воспроизведение получивших мировое признание институтов, технологий, стандартов и одновременно усиление роли локальных культур.

Как показывают современные исследования, Интернет является не только «проводником» процессов глобализации, но по мере увеличения количества пользователей Сети в различных регионах России (т.е. в процессе регионализации российского Интернета) становится все в большей мере отражением собственно локальных взаимосвязей на конкретной территории, причем не только на уровне целых регионов (крупных территориальных образований), но и отдельных населенных пунктов.

Такая «локализация» Интернета наблюдается повсеместно и является прямым следствием проникновения Сети за пределы мировых городов и формирования на первом этапе самостоятельных сегментов каждой страны, а в дальнейшем и отдельных региональных (территориальных) сегментов Интернета уже внутри каждого государства. На примере российского

Интернета можно говорить о том, что по мере вовлечения в пользование Сетью все большего количества людей (т.е. увеличения количества пользователей Интернета в каждом регионе) увеличиваются и потребности пользователей в интернет-услугах, имеющих четкую территориальную привязку к той местности, где проживают сами пользователи. Это означает потребность в оказании интернет-услуг (например, электронной коммерции) на территории конкретного региона (или даже населенного пункта) и с учетом местных региональных особенностей.

СПИСОК ПУБЛИКАЦИЙ

1. Российское интернет-пространство: развитие и структура. М., Гардарики, 2003. 272 с. (Монография).
2. Интернет в регионах России // Регионы России в 1999 г. М., Московский Центр Карнеги. 2001. С. 346-356.
3. Географические аспекты развития сети Интернет в России // Известия Академии Наук. Серия географическая. 2000. №6. С. 79-88.
4. Развитие российского Интернета и его влияние на территориальную организацию общества // Территориальная дифференциация и регионализация в современном мире. Смоленск, 2001. С.226-231 (в соавторстве с Сафроновым С.Г.)
5. Development of the Internet in Russia: Preliminary Observations on Its Spatial and Institutional Characteristics // Eurasian Geography and Economics. 2002. Vol. 43. N5. P. 411-421.
6. Особенности развития и территориальная структура Рунета // Теория и практика социально-экономической географии. Самара, 2002. С.178-182.
7. Территориальная организация российского интернет-пространства / Интернет и российское общество. М., Московский Центр Карнеги, 2002. С. 21-47

8. Пространственное распространение сети Интернет в России как процесс диффузии инноваций / Вестник Московского Университета. Серия 5. География. 2003. №2. С. 30-36.
9. Кибергеография: изучение виртуального пространства в рамках экономико-географических исследований // Известия РАН. Серия географическая. 2003. №1. С. 103-110.

СОДЕРЖАНИЕ ДИССЕРТАЦИИ

Введение

Глава 1. Обзор основных теоретических положений географии Интернета и характеристика развития Интернета в мире

1.1. Особенности территориально-организационной структуры Интернета

1.2. Обзор мирового и отечественного опыта экономико-географического анализа Интернета и сектора интернет-услуг

1.3. Сравнительный обзор развития Интернета в странах мира и место российской сектора интернет-услуг в мире

Глава 2. Экономико-географическая характеристика развития сектора интернет-услуг в России

2.1. Территориальная и социальная структура российской интернет-аудитории

2.2. Телекоммуникационная инфраструктура российского Интернета

2.3. Информационно-сервисная инфраструктура российского Интернета

Глава 3. Распространение и развитие Интернета как процесс диффузии инноваций

3.1. Инновационная модель распространения и развития Интернета

3.2. Типология регионов России по уровню развития сектора интернет-услуг

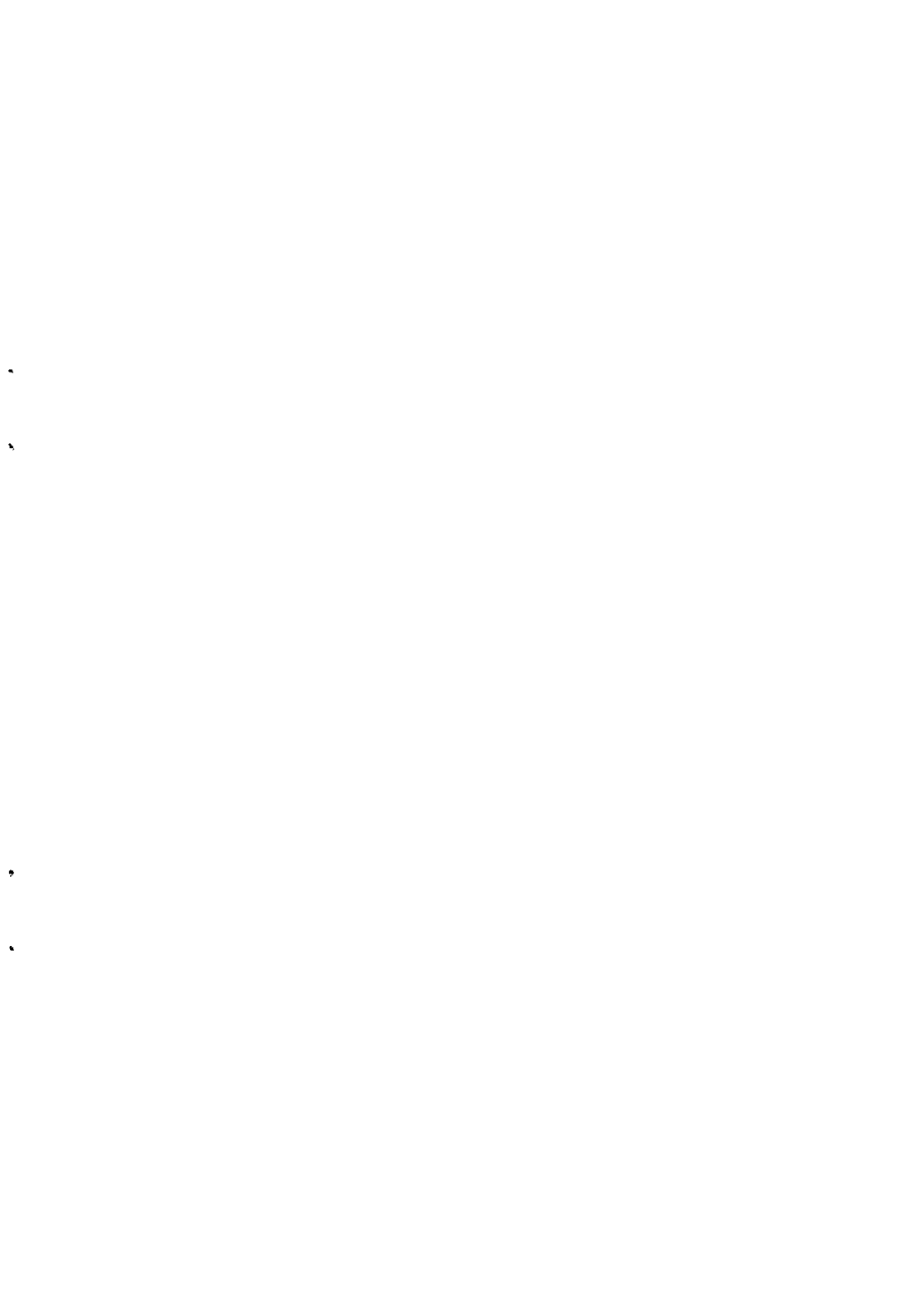
3.3. Влияние Интернета на развитие территориальных социально-экономических систем

Заключение

Список литературы

Приложения

Отпечатано в копицентре « СТ ПРИНТ »
Москва, Ленинские горы, МГУ, 1 Гуманитарный корпус.
www.stprint.ru e-mail: zakaz@stprint.ru тел: 939-33-38
Тираж 100 экз. Подписано в печать 06. 09. 2005 г.



Р 15667

РНБ Русский фонд

2006-4

12358