

## СВОБОДА ДОСТУПА К ИНФОРМАЦИИ В РОССИИ: ПРАВОВЫЕ, ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ, ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ

### РАЗДЕЛ 1.

#### ЕСТЬ ЛИ В РОССИИ СВОБОДА ДОСТУПА К ИНФОРМАЦИИ (результаты социологического исследования)

#### НАСЕЛЕНИЕ И ИНФОРМАЦИЯ

**Информация нужна многим. Но лишь каждый пятый готов тратить время и деньги на ее поиск и приобретение**

Интересная картина выявилась при анализе ответов участников исследования на вопрос: "Как часто Вы предпринимаете усилия для того, чтобы получить дополнительную информацию, кроме той, которую обычно получаете?". Оказалось, что подавляющее большинство участников опроса нуждаются в дополнительной информации: 24% опрошенных достаточно часто предпринимает усилия для ее получения, около 40% занимаются этим время от времени, у 25% опрошенных необходимость получения информации возникает редко. Но самым ярким примером, иллюстрирующим насколько участники исследования не удовлетворены предоставляемой им информацией, может служить следующий факт: лишь 6.5% опрошенных указали, что никогда не предпринимает усилий для получения дополнительной информации.

Необходимость в дополнительной информации	% к числу ответивших
Часто	24.0
Иногда	39.7
Редко	25.3
Никогда	6.5

**Таблица 51**

**ДАННЫЕ О ПОТРЕБНОСТИ В ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ИНФОРМАЦИИ МУЖЧИН И ЖЕНЩИН**

Необходимость в дополнительной информации	Пол	
	муж.	жен.
Часто	59.5	40.5
Иногда	73.8	26.2
Редко	71.8	28.2
Никогда	60.0	40.0

**Таблица 52**

**ДАННЫЕ О ПОТРЕБНОСТИ В ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ИНФОРМАЦИИ ОПРОШЕННЫХ РАЗНЫХ ВОЗРАСТНЫХ КАТЕГОРИЙ**

Необходимость в дополнительной информации	Возраст					
	до 25	25-35	36-45	46-55	56-65	св.65
Часто	27.0	27.0	24.3	10.8	8.1	2.7
Иногда	31.1	19.7	34.4	9.8	3.3	1.6
Редко	17.9	33.3	30.8	17.9	0.0	0.0
Никогда	30.0	30.0	30.0	0.0	10.0	0.0

Результаты исследования также показали, что дополнительная информация женщинам требуется чаще, чем мужчинам, молодым людям чаще, чем пожилым (табл. 51, 52). Что касается образования, то достаточно сказать, что на 19.4 процента участников исследования, имеющих высшее образование, приходится 73 процента тех, кто часто

испытывает потребность в дополнительной информации (табл. 53). Из 32.2 процента участников исследования, имеющих среднее образование, лишь половина часто испытывает потребность в дополнительной информации. А в такой группе, как имеющие среднее специальное образование (27.1 процента участников исследования), лишь каждый десятый испытывает потребность в дополнительной информации.

**Таблица 53**

**ДАННЫЕ О ВЗАИМОСВЯЗИ УРОВНЯ ОБРАЗОВАНИЯ И ПОТРЕБНОСТИ В ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ИНФОРМАЦИИ**

Необходимость в дополнительной информации	Образование				
	начальное	среднее	сп. спец.	н/высшее	высшее
Часто	2.8	18.9	2.6	2.7	73.0
Иногда	3.3	21.3	23.0	9.8	42.6
Редко	2.1	20.5	30.8	5.1	41.5
Никогда	2.4	39.7	31.1	9.4	17.4

**Таблица 54**

**ДАННЫЕ О ВЗАИМОСВЯЗИ СОЦИАЛЬНОГО СТАТУСА И ПОТРЕБНОСТИ В ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ИНФОРМАЦИИ**

Социальный статус	Необходимость в дополнительной информации			
	Часто	Иногда	Редко	Никогда
Наемный работник	52.4	60.2	61.3	36.7
Предприниматель	13.5	6.6	10.3	9.6
Военнослужащий	1.9	3.2	2.9	21.9
Учащийся	21.6	21.3	15.4	9.3
Пенсионер	5.4	1.6	2.4	10.4
Домашнее хозяйство	2.5	3.4	2.6	10.2
Временно не работающий	2.7	3.7	5.1	1.9

Влияние социального статуса выражается в том, что чаще всего потребность в дополнительной информации ощущают наемные работники и учащиеся (табл. 54). Что касается армейских чинов, то из 6.1 процента участников исследования, имеющих отношение к армии и внутренним войскам, лишь 1.9 процента указали, что они часто испытывают потребность в дополнительной информации. Исследование подтвердило в общем-то тривиальную мысль о том, что чем выше квалификационно-должностной уровень индивида, тем выше его потребность в информации (табл. 55). На 5.3 процента высших руководителей, принимавших участие в исследовании, приходится 24.2 процента тех, кто часто испытывает потребность в дополнительной информации. 15.3 руководителей подразделений дали 24.3 процента часто запрашивающих дополнительную информацию. 23.7 процента участников исследования, относящихся к группе специалистов, дали 29.7 процента часто нуждающихся в дополнительной информации. Зато 17.8 служащих дали 8.1 процента часто нуждающихся в дополнительной информации.

**Таблица 55**

**ДАННЫЕ О ВЗАИМОСВЯЗИ КВАЛИФИКАЦИОННО-ДОЛЖНОСТНОГО УРОВНЯ И ПОТРЕБНОСТИ В ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ИНФОРМАЦИИ**

Социальный статус	Необходимость в дополнительной информации		
	Часто	Иногда	Редко
Руководитель	24.2	6.4	15.4
Руководитель подразделения	24.3	16.6	17.7
Специалист с высшим или средним образованием (в т.ч. офицер)	29.7	47.5	33.7

Служащий	8.1	14.8	15.4
Квалифицированный рабочий	6.1	8.2	10.3
Рабочий средней или низкой квалификации	4.9	4.9	5.1

Полученные в ходе исследования материалы дают основание для вывода о том, что в среднем по всем опрошенным наиболее значимыми факторами, побуждающими граждан искать дополнительную информацию, являются профессиональная и служебная необходимость и интерес к тому, что происходит в мире, стране, своем регионе. На втором месте - семейные и личные проблемы, для разрешения которых опрошенным требуется дополнительная информация. Другая, кстати также немалочисленная, категория граждан мотивируется на поиск дополнительной информации учебной деятельностью. Как показал опрос, общественная деятельность и хобби в меньшей степени требуют владения дополнительной информацией. Ниже приводятся данные о том, что именно заставляет опрошенных искать дополнительную информацию.

Необходимость в дополнительной информации	% к числу ответивших
Профессиональная и служебная необходимость	44.7
Учеба	23.5
Общественная деятельность	3.3
Интерес к тому, что происходит в мире	41.8
Семейные проблемы	32.7
Хобби	9.8

Разумеется, степень влияния этих факторов на разные социальные группы существенно отличается. Так, для руководителей первого ранга чрезвычайно высока мотивирующая сила общественных обязанностей. В двух других социальных группах, имеющих некоторое отношение к так называемой общественной деятельности - руководителей подразделений и специалистов - мотивирующая сила этого фактора значительно ниже, а у всех остальных она равна нулю. Что касается профессиональной и служебной необходимости, то она наиболее ярко проявляется в среде специалистов с высшим образованием, затем идут руководители подразделений, на третьем месте первые руководители, а на четвертом - технический и обслуживающий персонал. У рабочих, независимо от квалификации, эта мотивация минимальна (табл. 56).

Учеба мотивирует на поиск информации специалистов и служащих.

В этих же группах существенно влияние такой мотивации, как любознательность, бескорыстный интерес ко всему, что происходит в мире.

Представители этих же групп обращаются к различным информационным структурам за дополнительной информацией, которая, по их мнению, поможет разрешить семейные проблемы и реализовать свое хобби.

**Таблица 56**

**ДАННЫЕ О ВЗАИМОСВЯЗИ КВАЛИФИКАЦИОННО-ДОЛЖНОСТНОГО УРОВНЯ И МОТИВАЦИИ ПОИСКА ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ИНФОРМАЦИИ**

Квалификационно-должностной уровень	Тип мотивации					
	проф. и служ. необх.	учеба	обществ. деятельность	интерес к миру	семейные проблемы	хобби
Руководитель	13.7	3.2	44.7	9.8	3.1	6.7
Руководитель подразделения	23.1	5.3	23.3	12.4	7.9	4.9

Специалист с высшим или средним образованием (в т.ч. офицер)	42.6	60.3	11.4	43.5	59.3	47.7
Служащий	11.8	17.9	0.0	9.3	17.4	26.7
Квалифицированный рабочий	2.9	7.6	0.0	12.5	4.9	6.1
Рабочий средней или низкой квалификации	4.4	3.8	0.0	4.6	5.3	3.2

**Таблица 57**

**ДАННЫЕ О ВЗАИМОСВЯЗИ МОТИВАЦИИ ПОИСКА ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ИНФОРМАЦИИ И ВОЗРАСТА ОПРОШЕННЫХ**

Тип мотивации	Возраст					
	до 25	25-35	36-45	46-55	56-65	св.65
Профессиональная и служебная необходимость	26.5	33.8	29.4	4.4	4.4	1.5
Учеба	55.6	25.0	8.3	8.3	0.0	2.8
Общественная деятельность	38.4	21.0	20.7	19.2	0.0	0.0
Интерес к тому, что происходит в мире	23.4	25.0	26.6	15.6	6.3	3.1
Семейные и личные проблемы	24.0	28.0	30.0	14.0	2.0	2.0
Хобби	66.5	19.2	0.0	13.3	0.0	0.0

Что касается взаимосвязи мотивации и возраста опрошенных, то не вызывает удивления тот факт, что молодые люди более мотивированы на поиск информации, чем их более старшие коллеги (табл. 57). Понятно и то, почему профессиональная и служебная мотивация наиболее активно проявляется в возрасте 25-35 лет, а учеба стимулирует на поиск информации людей до 25 лет. Однако почему общественная деятельность и хобби столь ярко проявляют свою мотивирующую силу у молодых людей, и почему так много затрудняющихся ответить именно среди 36-45-летних, предстоит еще выяснить.

Интересные данные получены при сопоставлении пола и мотивации (табл. 58). Оказалось, что женщины существенно сильнее, нежели представители сильного пола, мотивированы на поиск информации по всем видам мотивации, кроме общественной деятельности, которая мотивирует мужчин больше, чем женщин. Особенно велика разница по таким видам мотивации, как учеба, семейные и личные проблемы, профессиональная и служебная необходимость. Среди женщин значительно меньше тех, кто затрудняется ответить на вопрос: что именно побуждает искать информацию.

**Таблица 58**

**ДАННЫЕ О ВЗАИМОСВЯЗИ МОТИВАЦИИ ПОИСКА ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ИНФОРМАЦИИ И ПОЛА ОПРОШЕННЫХ**

Тип мотивации	Пол	
	жен.	муж.
Профессиональная и служебная необходимость	66.2	33.8
Учеба	88.9	11.1
Общественная деятельность	39.7	60.3
Интерес к тому, что происходит в мире	68.8	31.3
Семейные и личные проблемы	75.8	24.2
Хобби	53.3	46.7

Во взаимосвязи между образованием и мотивацией на поиск дополнительной информации, то здесь особых неожиданностей не обнаружилось (табл. 59). Уровень образования не только в целом является сильным мотивирующим фактором, но его влияние проявляется практически по всем выявленным в ходе исследования

мотивациям. Как и предполагалось, профессиональная и служебная мотивация наиболее сильно проявляется у опрошенных с высшим образованием. Во всех остальных группах влияние этой мотивации весьма незначительно. Учебная мотивация также довольно сильно проявляет себя у тех, кто уже имеет высшее образование и у лиц со средним образованием. Общественная деятельность энергично стимулирует на поиск информации опрошенных с высшим и незаконченным высшим образованием и абсолютно не проявляется у тех, кто ограничился средним или средним специальным образованием. Интересно, что наиболее высокий процент тех, кто затруднился объяснить, зачем ему нужна информация, в группе опрошенных со средним специальным образованием. Вообще, судя по данным проведенного исследования, у представителей этой группы много социальных и психологических проблем, которые нуждаются в специальном исследовании.

**Таблица 59**

**ДАННЫЕ О ВЗАИМОСВЯЗИ МОТИВАЦИИ ПОИСКА ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ  
ИНФОРМАЦИИ И ОБРАЗОВАНИЯ ОПРОШЕННЫХ**

Тип мотивации	Образование				
	начальное	среднее	ср. спец.	н/высшее	высшее
Профессиональная и служебная необходимость	0.0	11.6	11.8	8.8	66.2
Учеба	5.6	25.0	8.3	16.7	41.7
Общественная деятельность	0.0	0.0	0.0	41.4	58.6
Интерес к тому, что происходит в мире	1.6	18.8	18.8	7.8	53.1
Семейные и личные проблемы	2.0	21.0	23.8	10.2	44.0
Хобби	0.0	20.0	13.3	26.7	40.0

Влияние сферы деятельности проявляется следующим образом. Представители науки, культуры, образования, социального комплекса и так называемой коммерческой сферы составляют большинство тех, кого мотивирует профессиональная и служебная необходимость (табл. 60). Учеба мотивирует представителей образования, науки и культуры. Представители этой же социальной группы чаще всего обращаются к источникам информации за поиском ответов на вопросы, возникающие в семейной и личной жизни. Общественной деятельностью занимаются, в основном, представители производства и немного коммерсанты и деятели образования, науки и культуры. Самыми любознательными, судя по материалам данного исследования, являются работники здравоохранения и социальной сферы, а также производственники. Хобби мотивирует преимущественно представителей образования, культуры и производственников.

**Таблица 60**

**ДАННЫЕ О ВЗАИМОСВЯЗИ МОТИВАЦИИ ПОИСКА ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ  
ИНФОРМАЦИИ И СФЕРЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОПРОШЕННЫХ**

Тип мотивации	Сфера деятельности опрошенных						
	1	2	3	4	5	6	7
Профессиональная и служебная необходимость	10.4	10.3	14.7	32.4	20.6	5.7	5.9
Учеба	14.6	8.3	13.9	41.7	16.7	2.0	2.8
Общественная деятельность	37.4	0.0	8.8	21.0	21.6	0.0	11.2
Интерес к тому, что происходит в мире	21.9	11.8	18.8	15.1	12.4	9.8	10.2
Семейные и личные проблемы	18.7	8.9	16.3	22.9	10.9	10.6	11.7
Хобби	26.7	13.3	6.7	33.5	13.4	3.7	2.7

Цифрами в таблице отмечены сферы жизнедеятельности общества:

1. Производство

2. Торговля, общепит, жилищно-коммунальное хозяйство, бытовое обслуживание
3. Здравоохранение, соцобеспечение
4. Сфера науки, культуры, образования
5. Коммерческая сфера
6. Армия, правоохранительные органы
7. Аппарат органов управления

Достаточно надежным индикатором значимости информационных потребностей является готовность приложить определенные усилия для поиска нужной или интересующей информации. В ходе исследования была предпринята попытка выявить показатели этих индикаторов. Оказалось, что лишь 19 процентов опрошенных не пожалеют для поиска необходимой информации ни временных, ни финансовых затрат. 6.5% опрошенных утверждают, что готовы заплатить любые деньги за нужную информацию, главное - не тратить время на ее поиски. 29.4 процента откажутся от информации, если ее поиск потребует дополнительных временных или денежных затрат. 22% опрошенных готовы потратить сколь угодно времени на поиски информации, но она должна им достаться бесплатно или по минимальной цене. Необходимо также заметить, что высказать свое мнение затруднился значительный, по сравнению с другими вопросами, процент опрошенных - 24.4%.

<b>Готовность потратить время и деньги на получение информации</b>	<b>% к числу ответивших</b>
Для поиска необходимой информации не пожалеют ни временных, ни финансовых затрат	19.0
Готовы потратить сколь угодно много времени на поиски информации, но она должна быть бесплатной	22.9
Готовы заплатить любые деньги за нужную информацию, только не тратить время на ее поиски	6.5
Откажутся от информации, если ее поиск требует дополнительных временных или денежных затрат	29.4

Что касается зависимости между готовностью потратить свои силы и время на поиски информации и различными параметрами индивида, то картина выглядит следующим образом.

**Таблица 61**

**ДАННЫЕ О ВЗАИМОСВЯЗИ МОТИВАЦИИ ПОИСКА ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ИНФОРМАЦИИ И ВОЗРАСТА ОПРОШЕННЫХ**

<b>Готовность потратить время и деньги на поиск информации</b>	<b>Возраст</b>					
	<b>до 25</b>	<b>25-35</b>	<b>36-45</b>	<b>46-55</b>	<b>56-65</b>	<b>св.65</b>
Не пожалею никаких временных и финансовых затрат	31.2	34.5	20.7	13.6	0.0	0.0
Готов потратить время, но информация должна мне достаться бесплатно или по минимальной цене	31.4	22.9	27.9	8.6	6.3	2.9
Готов заплатить деньги, но главное не тратить время	39.7	29.1	19.9	11.3	0.0	0.0
Откажусь от получения информации, если ее поиск требует временных и денежных затрат	24.4	17.8	39.4	11.4	4.3	2.7

Наибольшее количество тех, кто не пожалеет никаких временных и финансовых затрат

для поиска нужной информации находится в возрастной группе 25-35 лет (табл. 61). Молодые люди до 25 лет четко делятся на две группы: в одну входят те, кто готов потратить время, но информация должна достаться бесплатно или по минимальной цене, в другую те, кто готов заплатить любые деньги, но не тратить время. Среди тех, кто откажется от получения информации, если ее поиск требует временных и денежных затрат, доминируют граждане 36-45 лет.

Что касается сферы занятости, то ее влияние на интенсивность информационных потребностей проявляется в том, что наибольшее количество граждан, не жалеющих никаких временных и финансовых затрат на поиск необходимой информации относится к коммерческой сфере и сфере науки, культуры, образования (табл. 62). Впрочем, что касается последней сферы, то 38.7 процента принадлежащих к этой группе опрошенных, ответивших на анкету, заявили, что готовы потратить время, но информация должна достаться им бесплатно или по минимальной цене. Что касается производственной сферы, то 42.9 процента относящихся к ней участников опроса отметили, что откажутся от получения информации, если ее поиск потребует временных и денежных затрат.

**Таблица 62**

**ДАННЫЕ О ЗАВИСИМОСТИ МЕЖДУ МЕСТОМ РАБОТЫ ОПРОШЕННЫХ И ГОТОВНОСТЬЮ ПОТРАТИТЬ СВОЕ ВРЕМЯ И ДЕНЬГИ НА ПОИСК ИНФОРМАЦИИ**

Готовность потратить время и деньги на поиск информации	Сфера деятельности						
	1	2	3	4	5	6	7
Не пожалею никаких временных и финансовых затрат	10.1	6.8	13.8	24.1	31.7	6.9	6.6
Готов потратить время, но информация должна мне достаться бесплатно или по минимальной цене	21.9	2.6	14.3	38.7	13.9	2.9	5.7
Готов заплатить деньги, но главное не тратить время	6.8	31.1	9.6	19.4	21.1	10.7	1.3
Откажусь от получения информации, если ее поиск требует временных и денежных затрат	42.9	13.3	15.6	10.9	6.2	4.4	6.7

Цифрами в таблице отмечены сферы жизнедеятельности общества:

1. Производство
2. Торговля, общепит, жилищно-коммунальное хозяйство, бытовое обслуживание
3. Здравоохранение, соцобеспечение
4. Сфера науки, культуры, образования
5. Коммерческая сфера
6. Армия, правоохранительные органы
7. Аппарат органов управления

Уровень материального достатка практически не влияет на готовность потратить время или деньги на поиск нужной информации (табл. 63). В общем и целом представители всех групп предпочитают тратить время, а не деньги.

**Таблица 63**

**ДАННЫЕ О ЗАВИСИМОСТИ МЕЖДУ УРОВНЕМ ДОХОДОВ ОПРОШЕННЫХ И ГОТОВНОСТЬЮ ПОТРАТИТЬ ВРЕМЯ И ДЕНЬГИ НА ПОИСК ИНФОРМАЦИИ**

Готовность потратить время и деньги на поиск информации	Уровень доходов					затр. отв.
	очень низкий	низкий	средний	высокий	очень высокий	

Не пожалею никаких временных и финансовых затрат	3.4	31.1	17.2	37.9	3.4	6.9
Готов потратить время, но информация должна мне достаться бесплатно или по минимальной цене	14.3	14.1	20.3	42.9	3.9	4.5
Готов заплатить деньги, но главное не тратить время	0.0	19.7	41.2	23.1	10.7	5.3
Откажусь от получения информации, если ее поиск требует временных и денежных затрат	26.7	25.3	33.1	8.9	0.0	6.0

Приходится констатировать, что какими бы ни были мотивы, побуждающие людей искать информацию, все равно они будут стремиться получить ее бесплатно или по минимальной цене (табл. 64). Индивидов, которые хотели бы воскликнуть "полцарства за информацию", в нашем исследовании не встретилось.

**Таблица 64**

**ДАнные О ЗАВИСИМОСТИ МЕЖДУ ХАРАКТЕРОМ МОТИВОВ, ПОБУЖДАЮЩИХ ИСКАТЬ ДОПОЛНИТЕЛЬНУЮ ИНФОРМАЦИЮ, И ГОТОВНОСТЬЮ ПОТРАТИТЬ СВОЕ ВРЕМЯ И ДЕНЬГИ НА ЕЕ ПОЛУЧЕНИЕ**

Тип мотивации	Готовность потратить время и деньги на поиск информации			
	не пожалею никаких затрат	информация д.б. получена бесплатно или по min цене	заплачу любые деньги, но не буду тратить время	откажусь от информации, если ее поиск потребует денег
Профессиональная и служебная необходимость	25.1	32.4	10.3	22.1
Учеба	22.5	30.6	8.3	27.8
Общественная деятельность	21.3	42.1	0.0	23.4
Интерес к тому, что происходит в мире	18.8	25.3	3.1	29.7
Семейные и личные проблемы	22.4	21.7	2.9	41.2
Хобби	21.7	41.1	0.0	31.3

Характерно, что несмотря на расхождения в мнениях о том, какие "жертвы" оправдывает получение информации, в вопросе о мерах, способствующих более свободному ее получению, большинство опрошенных высказалось одинаково. Большинство полагает самым разумным такой порядок, при котором информационная сфера будет финансироваться самими производителями информационного продукта за счет получаемых ими доходов. Приблизительно равное количество участников опроса выступают за введение налога, за счет которого государство могло бы развивать информационную сферу, финансировать программы информирования населения, и за введение платы за предоставление информационных услуг государственными структурами. Как и в предыдущем вопросе, многие опрошенные затруднились ответить - какие меры они считают необходимыми для более свободного получения информации. 7% опрошенных остались равнодушными к разрешению этой проблемы - они не согласились бы ни на какие меры. Некоторые опрошенные считают панацеей



государственное обеспечение информационных систем.

Меры	% к числу ответивших
Введение порядка, при котором информационная сфера будет финансироваться самими производителями информационного продукта	51.6
Введение налога, за счет которого государство могло бы развивать информационную сферу	9.8
Введение платы за предоставление информационных услуг государственными структурами	9.6
Никакие	7.2

Предложенная выше иерархия выбираемых способов развития информационной сферы практически не зависит ни от мотивации, побуждающей людей искать информацию, ни от их доходов (табл. 65, 66).

**Таблица 65**

ДАННЫЕ О ЗАВИСИМОСТИ МЕЖДУ ХАРАКТЕРОМ МОТИВОВ, ПОБУЖДАЮЩИХ ИСКАТЬ ДОПОЛНИТЕЛЬНУЮ ИНФОРМАЦИЮ, И ОРИЕНТАЦИЕЙ НА ОПРЕДЕЛЕННЫЕ МЕРЫ СТИМУЛИРОВАНИЯ ИНФОРМАЦИОННОЙ СФЕРЫ

Тип мотивации	Меры стимулирования информационной сферы			
	введение налога	введение платы	за счет производителей	никакие
Профессиональная и служебная необходимость	10.3	11.2	55.9	4.4
Учеба	11.9	11.3	52.8	8.3
Общественная деятельность	19.7	6.2	66.9	4.1
Интерес к тому, что происходит в мире	6.3	9.4	53.1	9.4
Семейные и личные проблемы	6.9	8.3	58.3	9.1
Хобби	6.7	13.9	61.7	4.6

**Таблица 66**

ДАННЫЕ О ЗАВИСИМОСТИ МЕЖДУ УРОВНЕМ ДОХОДОВ ОПРОШЕННЫХ И ОРИЕНТАЦИЕЙ НА ОПРЕДЕЛЕННЫЕ МЕРЫ СТИМУЛИРОВАНИЯ ИНФОРМАЦИОННОЙ СФЕРЫ

Меры стимулирования информационной сферы	Уровень доходов					
	очень низкий	низкий	средний	высокий	очень высокий	затр. отв.
Введение налога, за счет которого гос-во развивало бы информационную сферу	26.7	25.4	13.3	21.7	0.0	12.9
Введение платы за предоставление информационных услуг государственными структурами	0.0	26.4	46.9	26.7	0.0	0.0
Введение порядка, при котором информационная сфера будет финансироваться самими производителями информационного продукта	11.4	21.9	26.1	30.6	4.9	5.1
Никакие	18.2	27.3	45.1	9.1	0.3	0.0

