

Секция «Экономическая, социальная, политическая география и туризм»

Диффузия Интернета в Нигерии

Научный руководитель – Пилясов Александр Николаевич

Русаков Дмитрий Сергеевич

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Географический факультет, Кафедра социально-экономической географии зарубежных стран, Москва, Россия

E-mail: d_c_rusakov@mail.ru

Доступ к Интернету — один из ключевых факторов развития современной цифровой экономики, базирующейся на скорости и объеме передаваемой информации. Традиционно, вопрос распространения Интернета не так остро стоит в развитых странах, нежели в развивающиеся, особенно африканских: в последних Интернет до сих пор недоступен широкому слою населения и в определенной степени является инновацией для данного региона.

В силу различных причин, проблематике цифровизации Африки уделено пренебрежительно малое внимание в отечественной научной литературе, особенно в контексте теории диффузии инноваций, поэтому данная работа призвана заполнить существующий пробел, а также описать пространственно-временное распространение Интернета в Нигерии.

Нигерия располагает крупнейшим телекоммуникационным рынком в Африке и потенциально одним из самых больших в мире по количеству пользователей. Помимо этого, страна совмещает в себе все основные проблемы типичной африканской страны: социальное и экономическое расслоение общества [3], военные конфликты, религиозная и лингвистическая дифференциация — все это деформирует диффузию Интернета и придают ее особый африканский оттенок.

Исследования основано на базах данных World Bank, Afrobarometer, ITU, GSMA с 2010 по 2019 гг. В работе используется ряд статистических методов: логистическая регрессия и кластерный анализ (метод сдвига среднего), которые позволили выявить наиболее значимые факторы, влияющие на диффузию Интернета, а также кластеризовать в пространстве пользователей данной инновации.

Как и для большинства стран мира, Интернет в Нигерии появился в крупных богатых городах (Лагос, Абуджа, Порт-Харкорт) [1], однако по мере распространения инновации, материальные условия (финансовые ресурсы, доступность телекоммуникационной инфраструктуры) стали играть меньшую роль — на первый план вышли факторы социальной кооперации, доступности информации об Интернете, цифровые навыки.

Роль географической близости к автомобильным дорогам, рынкам, городам с 20-тысячным населением и столицам штатов играет существенную роль в начале периода распространения Интернета, однако по мере использования его все новыми пользователями, роль данной группы факторов падает.

Особое значение отводится гендерному неравенству [2]: в северной мусульманской части страны женщины примерно в два раза реже становятся пользователями Интернета, чем мужчины, однако, в кризисный период падения цен на нефть (основной экспортный ресурс Нигерии) в 2014-2015 гг., наблюдается повсеместный рост использования Интернета среди женщин по всей стране. Потеря мужчинами рабочих мест, стимулирует женщин выходить на рынок труда в поисках работы. Большинство из них используют мобильный телефон и Интернет для поиска работы.

Источники и литература

- 1) Bahia K., Castells P., Masaki G., Pedrós X., Pfuize T., Rodríguez-Castelán, C., Hernan W. The Welfare Effects of Mobile Broadband Internet. Evidence from Nigeria // Policy Research Working Paper 9230. — 2020. — 44 p.
- 2) Chair C., Deen-Swarray M., Khan S. Taking the microscope to ICT gender gaps in Sub-Saharan Africa, 2016 — 22 p.
- 3) Rogers E.M. Diffusion of Innovations. — New York: The Free Press, 2003. — 576 p.