

УДК 316.3; 321; 303.4

ВОСТРЕБОВАННОСТЬ УСЛУГ ЭЛЕКТРОННОГО ПРАВИТЕЛЬСТВА: ВОЗМОЖНОСТИ И ПОТЕНЦИАЛ ИССЛЕДОВАНИЯ МНЕНИЙ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ

Бершадская Л. А., Сергеева Л. С., Чугунов А. В.

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Санкт-Петербургский национальный исследовательский университет информационных технологий, механики и оптики», Санкт-Петербург, Россия (199034, г. Санкт-Петербург, Кронверкский пр., д. 49)

В статье дается обзор исследовательской практики в сфере социальных медиа, а также методов и инструментов исследования востребованности услуг электронного правительства. Авторы предлагают подход, основанный на анализе востребованности электронных услуг с двух сторон: формирование «повестки дня» по теме и изучение мнений пользователей государственных услуг в социальных сетях. Подчеркивается возможность применения автоматизированных инструментов для исследования социальных сетей. Предложенный подход предназначен для изучения отдельных аспектов трансформации институциональной картины современного государства, а также может быть применен для изучения политических процессов и институциональных изменений, происходящих в он-лайн и офф-лайн среде. Авторы представляют комплексный исследовательский сценарий для проведения исследований, включающий анализ официальной статистики, контент-анализ СМИ, частотный анализ поисковых запросов, изучение обмена информацией между пользователями социальных сетей.

Ключевые слова: услуги электронного правительства, электронное управление, оценка востребованности услуг, автоматизированные исследовательские инструменты.

DEMAND FOR E-GOVERNMENT SERVICES: SOCIAL NETWORK USERS RESEARCH CAPABILITIES

Bershadszkaya L. A., Sergeeva L. S., Chugunov A. V.

Saint-Petersburg National Research University of Information Technologies, Mechanics and Optics, Saint Petersburg, Russia (199034, Birzhevaya linia, 14, of. 270)

An overview of research practices in social media, as well as the methods and research tools for online services demand assessment are given in the article. The authors propose an approach based on 2 ways of analysis: the formation of thematic agenda and the discussions between social network users. The capabilities of automated tools using is emphasized. The proposed approach is designed for some aspects of the institutional transformation in modern state assessment. It also can be applied for political processes and institutional changes study in on-line and off-line environment. The authors present a comprehensive scenario studies for research, including the analysis of official statistics, media content analysis, frequency analysis of search requests, the study of information exchange between social networks users.

Key words: e-government services, e-governance, services demand assessment, automated research tools.

Введение

Исследовательские задачи, связанные с изучением трансформации институциональной картины современного государства, которая происходит под влиянием развития методов и технологий электронного управления, можно группировать по следующим направлениям:

1. Исследование социально-экономических изменений в современном обществе, характера и специфики их влияния на институциональную структуру и формирование компонентов «Электронного государства».

2. Изучение внутриинституциональных процессов, которые приводят к изменению характера взаимодействия конкретных структур (органов власти, коммерческих компаний, структур гражданского общества) с населением, организациями и между собой.

3. Исследования «публичной сферы», изучение специфики отражения процессов, связанных с формированием «Электронного государства» в СМИ, Интернете, изучение общественного мнения, отзывов потребителей электронных услуг об их качестве, оперативности и прочем.

Представляемая статья относится к третьему направлению научных исследований.

1. Изучение «электронного государства»: формирование междисциплинарного научного направления

Известно, что программы «информационного общества» и «электронного правительства» во многих странах стали стимулами инновационного развития. В частности, произошли качественные изменения институтов не только управления (проекты «электронного государства»), но и образования, здравоохранения, сферы культуры, повысилось качество среды обитания, что позволило гражданам на практике ощутить выгоды использования государством инновационных технологий. Однако не везде и не всегда внедрение «электронного правительства» приносит ожидаемый эффект. Поэтому научные и прикладные исследовательские проекты в этом направлении стали актуальны начиная с 2000-х годов, когда задачи построения «информационного общества» и «электронного государства» перешли из сферы теории к практике реализации.

Перед тем как приступить к изучению возможностей и потенциала использования данных о мнениях пользователей социальных сетей о востребованности и качестве услуг электронного правительства, проведен анализ распределения публикаций по данной теме в мировом репертуаре научных периодических изданий.

Ниже представлен библиометрический анализ, основанный на данных о динамике и тематическом распределении научных статей, полученных из системы Web of Science [10]. Мы видим устойчивый рост, который показывает тематика «электронное государство» (E-Government) – всего за период с 2000 по 2012 г. было опубликовано 3171 статья в рецензируемых журналах (рис.1). Анализ распределения статей по более узкой теме «услуги электронного правительства» (E-Government Services) показывает, что при достаточно значительном количестве публикаций (1650 статей) виден всплеск интереса к данной теме в 2007–2009 гг. и постепенное уменьшение общего количества научных публикаций, начиная с 2010 года.

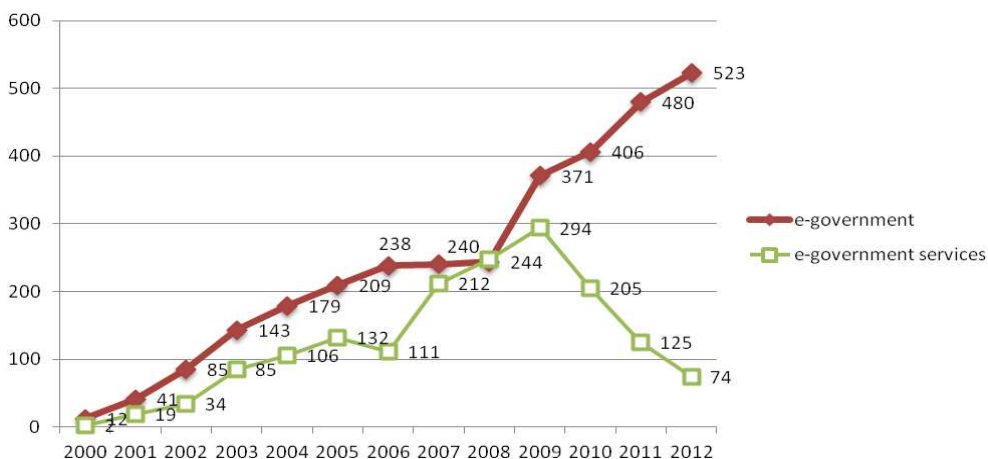


Рис. 1. Распределение научных статей по темам «электронное государство» (E-Government) и «услуги электронного правительства» (E-Government Services). По данным Web of Science, 2000 – 2012 гг.

Характерно, что в 2008 году все статьи, которые в системе Web of Science соотносятся с темой «электронное государство», были посвящены исследованию различных аспектов реализации «электронных услуг» (пересечение двух линий на графике, представленном в рис. 1).

На наш взгляд, выявленный спад интереса к тематике «услуги электронного правительства» в мировой научной периодике вполне закономерен, т.к. программы реализации базовых технологических компонентов электронного правительства в ведущих странах мира (США, Канада, Япония, Южная Корея, страны Евросоюза) фактически завершились именно в 2008 – 2009 гг. и после этого наступил непростой период расширения использования электронных услуг в жизни конкретных сообществ и институциональном взаимодействии государственных структур. В 2009 – 2010 гг. стало понятно, что простой «запуск» электронных услуг не может автоматически решить многих проблем формирования «электронного государства» и повышения эффективности функционирования структур управления. Тем самым, на наш взгляд, перемещение интереса с темы внедрения «электронных услуг» к другим тематикам развития «электронного государства» вполне закономерен.

Резюмируя данные библиографического анализа, можно сделать вывод о широкой представленности объекта исследования в научном дискурсе технических и экономических наук, но в то же время отсутствии комплексных исследовательских проектов по социальным и политическим наукам в этой области.

2. Мировой опыт исследования социальных медиа

На современном этапе активного развития социальных сетей и других социальных медиа исследователи обращаются к ним как к источнику получения информации об оценке деятельности правительства и востребованности услуг электронного правительства, в том числе разрабатываются модели формирования общественного мнения с помощью социальных медиа [9].

В качестве примера прикладной работы можно привести исследование интернет сообщества и социальных сетей эмигрантов, переселившихся в Нидерланды [7], которым необходима помощь в получении государственных услуг. В этой работе рассматриваются пиринговые сообщества граждан как основной ресурс для поддержки работы социальных служб. Исследователи считают, что правительственным структурам следует искать новые способы интеграции с активными сообществами, поскольку именно эти «цифровые» связи между гражданами могут эффективно работать и служить ценным дополнением к традиционным поставщикам информации.

В 2012 году в США было проведено исследование влияния коммуникации в социальных медиа на политическую активность граждан с применением метода анкетирования (объем выборки 2,2 тыс. чел) [8]. В результате опроса было выявлено, что воздействие социальных медиа на демократическое участие граждан имеет все большую значимость. В частности, пользователь социальной сети Facebook, который посещает ее несколько раз в день, с вероятностью более чем в два с половиной раза посетит съезд партии или встречу с политиком. Пользователя социальной сети можно убедить голосовать за определенного кандидата с большей вероятностью, чем человека, не использующего социальные медиа (вероятность на 57 % больше). Таким образом, по мнению исследователей, социальные медиа служат эффективным каналом воздействия на политические ориентации и гражданскую активность.

В США проводятся исследования и на местном уровне, например, одна из работ посвящена изучению различных социальных медиа и онлайн-сервисов (Twitter, Facebook, Flickr, YouTube) с целью выявления проблем граждан в режиме реального времени и реагирования на вопросы, касающиеся общественной безопасности в г. Арлингтон (США). На основе исследования автоматизированными методами была получена информация о наиболее часто упоминаемых проблемах, волнующих граждан, а также оценен масштаб пользователей социальных сетей, вовлеченных в обсуждение тематик, связанных с городскими проблемами.

Наиболее наглядные примеры использования социальных сетей в политической жизни демонстрируют США, в частности, предвыборная кампания Барака Обамы 2008 г. показала, что эффективное использование возможностей коммуникации в киберпространстве может

привести к убедительным результатам [4]. Обама сполна использовал все имеющиеся инструменты: отдельная социальная сеть для сторонников Обамы – MyVo, наличие аккаунта (и его постоянное возобновление) в большинстве популярных в США социальных сетях, отдельный канал на YouTube, присутствие на сервисе микроблогинга Twitter, фотографии на Flickr, SMS и e-mail рассылки, разнообразные виджеты и информеры, вирусный маркетинг. В результате Обаме удалось собрать в предвыборный фонд рекордную за всю историю США сумму – свыше 700 млн долл., из них 500 млн поступили от приверженцев в онлайн.

Специфика применения социальных медиа в ходе предвыборных кампаний является предметом отдельных исследований. Можно отметить исследование [6], в котором проанализированы две теории эффекта СМИ – а именно, гипотеза минимального эффекта, при которой конкурентоспособность социальных медиа является минимальной по сравнению с традиционными каналами, и вторая гипотеза, согласно которой медиа могут управлять, создать или влиять на общественное мнение. Авторы обозначили эффекты от воздействия на основе анализа упоминаний того или иного кандидата в микроблоге Twitter.

3. Исследования социальных сетей и блогосферы в России

Социальные сети и блогосфера являются на сегодняшний день популярным полем для массовой коммуникации в России и в мире, становятся предметом исследования и источниками данных о востребованности услуг электронного правительства.

По данным социологического опроса, проведенного агентством РБК.research в октябре 2011 года, уже 86,5 % интернет-пользователей (проживающих в городах с населением более 100 тыс. в возрасте от 18 до 54 лет) зарегистрированы и общаются в социальных сетях [3]. Так, если в мае 2009 году российские интернет-пользователи, зарегистрированные в социальных сетях, тратили лишь 6,6 часов своего времени, то в августе 2010 года продолжительность пользования социальными сетями увеличилась на треть, составив 9,8 часов в месяц, что более чем в два раза выше среднемирового показателя (4,5 часа в месяц).

Отмечается, что блоги и персональные сайты демократизировали и упростили общение политиков и избирателей, предоставив возможность обратной связи. В 2011–2012 гг. были проведены исследования активности использования блогосферы органами власти и отдельными политиками. Было выявлено, что региональная власть России представлена в блогах шире, чем федеральная. Личные блоги получают комментарии чаще, чем официальные, при этом Live Journal является самым популярным для этого ресурсом. В 2012 году был проведен анализ репутации органов государственной власти в блогосфере [5]. На примере Росприроднадзора было показано, что деятельность самой организации может

получить положительные оценки от граждан, в то время как отдельные персоналии могут вызывать и крайне негативную реакцию.

По сути, социальные сети являются серьезной площадкой для формирования поля обсуждения востребованности услуг электронного правительства. Вместе с тем особую практическую значимость представляют задачи сопоставления данных, отражающих объективную картину (офф-лайн опросы общественного мнения, статистика и т.д.), с контекстом обсуждений тех же самых явлений в социальных сетях.

4. Сценарии исследования услуг электронного правительства

Многообразие исследовательских практик подчеркивает интерес к анализу услуг электронного правительства и возможностей использования социальных сетей в качестве источника получения информации, но вместе с тем показывает нераскрытые аспекты изучаемого объекта и подчеркивает необходимость применения новых исследовательских методик. В мировой практике имеется более 30 сервисов мониторинга социальных медиа, позволяющих работать с информацией в социальных сетях.

Представляется оптимальным исследовать востребованность услуг электронного правительства с двух ракурсов:

- изучение «повестки дня» относительно данной темы в СМИ и фиксация статистических данных, результатов опросов общественного мнения;
- исследование коммуникативной среды обсуждения и комментирования данной проблематики самими гражданами (поисковые запросы, социальные сети).

Такой подход позволяет изучить это явление комплексно – «извне» и «изнутри». В таблице (табл. 1) приведены основные этапы проведения исследования по каждому из направлений.

Табл. 1. Комплекс социометрических методов для изучения востребованности услуг электронного правительства

Изучение «повестки дня»	Изучение обсуждаемости услуг электронного правительства в сети интернет
<p>1. Контент-анализ новостных СМИ:</p> <ul style="list-style-type: none"> • определение совокупности изучаемых источников; • формирование выборочной совокупности сообщений; • выявление единиц счета и процедура подсчета. <p>2. Анализ официальных статистических данных и опросов общественного мнения:</p> <ul style="list-style-type: none"> • распределение пользователей Интернета (на примере Санкт-Петербурга); • статистика посещений портала государственных и муниципальных услуг; • результаты социологических опросов жителей относительно удовлетворенности работой органов государственной власти. 	<p>1. Анализ запросов по тематике электронных госуслуг в поисковых системах Яндекс и Google:</p> <ul style="list-style-type: none"> • подбор ключевых слов и словосочетаний; • анализ частоты поисковых запросов в разрезе федеральных округов Российской Федерации; • анализ частоты поисковых запросов во временном разрезе; • анализ сопутствующих поисковых запросов по тематике электронных услуг. <p>2. Исследование социальных сетей посредством веб-ориентированных автоматизированных программных средств:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ретроспективный анализ обсуждаемости проблематики электронных государственных услуг в социальных сетях; • анализ скорости распространения

	информационных сообщений в тематике электронных государственных услуг ; • определение индекса обеспокоенности проблемой государственных услуг в социальных сетях.
--	--

Основная исследовательская задача состоит в сопоставлении картины, формируемой в «повестке дня» по теме услуг электронного правительства, а также сведений об обсуждаемости услуг электронного правительства в он-лайн среде. По результатам контент-анализа можно будет сделать выводы относительно популярности темы электронного правительства и использования электронных услуг. Анализ официальных статистических данных и опросов общественного мнения позволяет получить информацию о поведении и структуре пользователей услуг, в том числе частоте обращения к portalу госуслуг. Анализ запросов в поисковых системах Яндекс и Google позволяет определить интерес пользователей Интернета к тематике услуг электронного правительства. Экспериментальные исследования выполняются посредством веб-ориентированных автоматизированных программных средств с использованием инструментов веб-центра «Социодинамика» (<http://socio.escience.ifmo.ru/>), разработанного в НИУ ИТМО в 2012 году [1] на базе платформы CLAVIRE [2], а также с помощью программных средств IQ BUZZ (www.iqbuzz.ru). Анализ будет проводиться на основе краулинга социальной сети по заданным ключевым словам, изучения тональности обсуждений в тематике электронных госуслуг, определения индекса обеспокоенности проблемой государственных услуг.

В заключение следует отметить, что представленный исследовательский аппарат предназначен для изучения отдельных аспектов трансформации институциональной картины современного государства, но вместе с тем автоматизированные инструменты исследования и анализа виртуальных сообществ значительно расширяют возможности ученых в различных предметных областях. Таким образом, исследование электронного государства как междисциплинарного явления стимулирует развитие междисциплинарного инструментария для анализа социальных процессов и явлений.

Работа выполнена при поддержке ФЦП «Научные и научно-педагогические кадры инновационной России" на 2009 – 2013 годы» по теме: «Исследование востребованности услуг электронного правительства среди населения методами веб-ориентированных автоматизированных программных средств».

Список литературы

1. Бершадская Л., Биккулов А., Болгова Е., Чугунов А., Якушев А. Социальные сети и социометрические исследования: теоретические основания и практика использования

автоматизированного инструментария изучения виртуальных сообществ // Информационные ресурсы России. – 2012. – № 4. – С. 19-24.

2. Бухановский А. В., Васильев В. Н., Виноградов В. Н., Смирнов Д. Ю., Сухоруков С. А., Яппаров Т. Г. CLAVIRE: перспективная технология облачных вычислений второго поколения // Известия вузов. Приборостроение. – 2011. – Т. 54. – № 10. – С. 7-14.

3. Российский рынок социальных сетей (Демонстрационная версия)/ РБК.research, Москва, 2011 г. – URL <http://marketing.rbc.ru/research/562949981988238.shtml> (дата обращения 03.12.2012).

4. Саваневский М. Обама, Интернет, социальные сети и вовлеченность // SE Новости. 15.07.2010. – URL: <http://semempire.info/marketing-socialnyh-setyah/42-obama-internet-socialnye-seti> (дата обращения 04.12.2012).

5. Филатова О. Г., Филиппова В. А. Анализ репутации органов государственной власти в интернет-среде нового поколения // Информационные системы для научных исследований: Сборник научных статей. Материалы XV Всероссийской объединенной конференции «Интернет и современное общество» (IMS-2012). – СПб., 2012. – С.248-253.

6. Hong S. Which candidates do the public discuss online in an election campaign? : The use of social media by 2012 presidential candidates and its impact on candidate salience/ Hong S., Nadler D. // Government Information Quarterly. – 2012. – Vol. 29. – № 4. – P. 455-461.

7. Meijer A. Communities of Public Service Support: Citizens engage in social learning in peer-to-peer networks / Meijer A., Grimmelikhuijsen S., Brandsma, G. J. // Government Information Quarterly. – 2012. – Vol. 29. – № 1. – P. 21-29.

8. Rainie, L., Smith, A., Schlozman, K. L., Brady, H. E. & Verba, S. Social Media and Political Engagement / Washington, D. C.: Pew Internet & American Life Project. – URL: <http://pewinternet.org/Reports/2012/Political-engagement.aspx>.

9. Sobkowicz P. Opinion mining in social media: Modeling, simulating, and forecasting political opinions in the web/ Sobkowicz P., Kaschesky M., Bouchard. G. // Government Information Quarterly. – 2012. – Vol. 29. – № 4. – P. 470–479.

10. Web of knowledge. – URL: http://apps.webofknowledge.com/WOS_GeneralSearch_input.do?product=WOS&search_mode=GeneralSearch&SID=N27ajCJn2JAGKj1fELB&preferencesSaved= (дата обращения 03.12.2012).

Рецензенты:

Козловский Владимир Вячеславович, д.ф.н., профессор, заведующий кафедрой социологии культуры и коммуникаций факультета социологии Санкт-Петербургского государственного университета, г. Санкт-Петербург.

Борисов Николай Валентинович, д.ф.-м.н., декан Магистерского корпоративного факультета Санкт-Петербургского национального исследовательского университета информационных технологий, механики и оптики, г. Санкт-Петербург.