

Сервисы электронного участия в муниципалитетах Санкт-Петербурга: тестирование экосистемного подхода

Ю.Г. Мисников¹, О.Г. Филатова^{1,2}

¹ Университет ИТМО, ² Санкт-Петербургский государственный университет

yuri.misnikov@gmail.com, o.filatova@spbu.ru

Аннотация

Основываясь на эмпирических данных, собранных с помощью кейс-стади на уровне муниципальных образований в Санкт-Петербурге, авторы анализируют состояние сервисов электронного участия в зависимости от той медийной среды, в которой эти сервисы реализованы. На основании результатов исследования предлагается трехкомпонентная модель возможной экосистемы электронного участия, объединяющая три технически различных типа коммуникационных сред: веб-сайты, социальные сети и службы обмена сообщениями (мессенджеры). Дается обзор литературы, демонстрирующий изменения, происходящие с развитием интернета, описывается экосистемный подход и принципы его применения к электронному участию, кратко описываются исследования электронного участия в России. Представлена методология исследования, кейсы и результаты исследования, включая предлагаемую экосистему электронного участия в Санкт-Петербурге. Исследование показало, что власти муниципальных образований заинтересованы прежде всего в одностороннем информировании жителей, не уделяя должного внимания развертыванию сервисов сотрудничества и участия граждан в принятии решений. В то время как не вызывает сомнения важность и востребованность таких сервисов в принципе, именно местные сервисы взаимодействия с населением, кроме информирования, отсутствуют. Дополнительные исследования необходимы для лучшего понимания в какой степени жители муниципальных образований могут быть заинтересованы в таких местных сервисах на примере более широкой выборки.

Ключевые слова: электронное участие, сервисы электронного участия, инструменты, медиаэкология, моделирование, экосистемный подход

Библиографическая ссылка: Мисников Ю.Г., Филатова О.Г. Сервисы электронного участия в муниципалитетах Санкт-Петербурга: тестирование экосистемного подхода // Государство и граждане в электронной среде. Выпуск 5 (Труды XXIV Международной объединенной научной конференции «Интернет и современное общество», IMS-2021, Санкт-Петербург, 24 – 26 июня 2021 г. Сборник научных статей). – СПб.: Университет ИТМО, 2020. С. 92 – 113. DOI: 10.17586/2541-979X-2021-5-92-113

1. Введение

Исследования электронного участия – как органической части электронной демократии – ведутся уже почти два десятилетия. Однако до сих пор все еще нет ясности в том, что этот термин означает в концептуальном и практическом смыслах, что затрудняет оценку «вклада» электронного участия в укрепление традиционных демократических процессов. Например, пока нет убедительного подтверждения расширения и эффективности электорального участия за счет электронного голосования [1]. С другой стороны, с нормативной точки зрения не совсем понятно, как институционализировать такие новые

виртуальные формы демократического участия, как общественные обсуждения интернете и другие формы гражданского активизма [2].

Мнения о практике электронного участия также значительно разнятся. Хотя ранжирование стран по индексу электронного участия, осуществляемое ООН каждые два года, дает некоторое представление о существующих реальных практиках, их научная ценность проблематична с точки зрения выявления и объяснения взаимосвязи между индексом участия и функционирования демократии как таковой. Электронное участие все чаще рассматривается как самостоятельный социальный, политический и технологический феномен вне особенностей демократического процесса. Отсутствие связи между его параметрами и построением индекса электронного участия во многом объясняет противоречивость получаемых результатов странового ранжирования. Как следствие, важным признаком электронной демократии стала ее универсальная применимость. Иными словами, если традиционная демократия ограничивалась пространством плюралистической модели либеральной демократии, когда было достаточно легко определить, по крайней мере, ее отсутствие (ссылка), то с распространением инструментов электронного участия за пределы западного мира возникает новый ряд вопросов, касающихся концептуального переосмысления демократического процесса в разных политических контекстах. Такое переосмысление в значительной мере связано с особенностями разного понимания роли информационно-коммуникационных технологий в обществе целом и в развитии демократии в частности между так называемыми кибероптимистами и киберпессимистами [3]. Последние, к примеру, подвергают сомнению утверждение первых, что использования инструментов электронной демократии способствует демократизации [4].

Одним из пробелов в оценке влияния технологий на политическую организацию общества является, по нашему мнению, недоучет различий между ними независимо от их позитивного или негативного влияния. Описание и характеристика технологий, нацеленных на коммуникацию и взаимодействие между властью и обществом, по-прежнему излишне генерализировано. Например, отсутствует достаточное понимание роли отдельных технических решений и сервисов в поддержке тех или иных политических процессов демократического участия (за исключением, некоего относительного консенсуса о решающей роли социальных сетей в мобилизации гражданской активности и протеста).

Типичное исследование электронного участия и электронной демократии заключается в оценке производительности онлайн-платформ (и инструментов) с точки зрения транзакций, функциональности и дизайна, а также доверия конечных пользователей. Термины «электронный» или «онлайн» обычно равносильны «интернету» в широком смысле и редко разбиваются на отдельные носители. Однако за последнее десятилетие или около того произошли фундаментальные изменения в цифровых технологиях. Хотя веб-сайты в интернете по-прежнему остаются основным средством коммуникации как с технической точки зрения, так и с точки зрения взаимодействия с пользователями, это не единственное средство, с которым связано электронное участие.

В этом свете, представляемое исследование делает попытку выявить различия между основными медийными средами, в которые встроены инструменты участия, а именно: среда веб-сайтов, среда соцсетей и среда мобильных приложений. Мы рассматриваем эти среды как основные элементы экосистемы электронного участия, реализуемые через соответствующие сервисы. Основываясь на реальных эмпирических данных, собранных с помощью тематических исследований на уровне местных муниципалитетов в Санкт-Петербурге, мы строим модель экосистемы электронного участия, объединяющую три технически различных типа коммуникационных сред: сам интернет, социальные сети и службы обмена сообщениями (мессенджеры).

Статья построена следующим образом. Мы начнем с обзора литературы, в котором обсудим сначала изменение онлайн-среды в процессе развития интернета, потом опишем экосистемный подход в его применении к электронному участию, после чего кратко укажем на исследования электронного участия в России.

Далее мы представим методологию исследования, кейсы и обсудим результаты, включая предлагаемую экосистему электронного участия.

2. Теоретическое обоснование исследования

В 1990-х и начале 2000-х годов интернет как новое средство коммуникации доминировал в научных кругах, заинтересованных в понимании роли цифровых технологий в современном обществе. Он был метафорически представлен с помощью ряда подходящих терминов и соответствующих дискурсов, таких как информационное и сетевое общество [5 – 7]; киберпространство, киберсообщество, информационная супермагистраль [8 – 13]; виртуальное сообщество и интернет-галактика [14; 15]; кибердемократия - в применении к политике [16]. Патрис Фличы называет такие дискурсы воображаемыми, образными, т. е. «коллективным видением», которое окружает интернет как новую коммуникативную среду, утверждая, что подобные дискурсы сопровождали другие методы коммуникационных инноваций до интернета [17, р.4]. Понимание интернета с точки зрения воображаемой перспективы может объяснить, «как все общество неуклонно движется в новую технологическую эру» [17, р.2].

Изучение и сравнение влияния интернета на политику, демократию и управление в различных контекстах стали важной темой измерения такого «неуклонного движения». Первоначально сравнительные исследования по странам, регионам и политическим режимам подчеркнули важность взаимосвязи между «цифровым разрывом» и гражданским участием, поскольку начали распространяться исследования в широкой области интернет-демократии [18]. Большая часть исследований была сосредоточена на сравнительном анализе веб-присутствия и инструментов взаимодействия, используемых как правительствами, так и гражданским обществом, посредством оценки веб-сайта [19]. Как правило, такие исследования проводились - и все еще проводятся - на мезоуровне государственных органов, политических и общественных организаций, чтобы понять, как интернет используется сотрудниками и активистами для выполнения своих функций и продвижения политических программ, например, путем использования таких свойств интернета, как интерактивность и сетевое взаимодействие [20; 21].

Появление в середине 2000-х социальных медиа значительно повысило интерес к этому новому средству коммуникации благодаря предоставляемым им возможностям для персонализации, как бы подтверждая утверждение Фличы о том, что «методы коммуникации похожи на некоторые универмаги: всегда есть что-то новое» [17, р. 1]. Несмотря на то, что социальные сети по-прежнему основываются на интернете, они подняли сетевое взаимодействие на новый уровень. Эффекты взаимодействия через социальных медиа захватили воображение ученых и практиков, которые открыли в новых медиа потенциал для того, чтобы сделать либеральную демократию более открытой, совещательной и внимательной к потребностям граждан за счет более сильной персонализации и сосредоточения внимания на низовом уровне [22 – 25]. Имеются данные на местном муниципальном уровне, свидетельствующие о более позитивном отношении граждан к взаимодействию через социальные сети [26].

Большая часть новейшей среды — это мобильные службы обмена сообщениями на базе смартфонов - платформы и приложения. Это меняет сетевой ландшафт, поскольку «мобильные приложения для обмена сообщениями и агрегаторы новостей становятся все более важными для людей» [27]. Происходит переход к распределенной медиа-среде, которая меняет конфигурацию каналов связи для поиска информации и открывает новые способы политического участия из-за быстрого роста популярности групп в приложениях для обмена сообщениями [28]. Например, есть свидетельства того, что молодые люди в возрасте до 35 лет в Европе ежедневно проводят почти пять часов (284 минуты) в различных мобильных приложениях, из которых 1,5 часа (92 минуты) проводят в социальных сетях (Instagram, Facebook, Snapchat, WhatsApp, Twitter) и всего 13 минут -

в других традиционных медиа, таких как веб-сайты в Интернете, при этом смартфон является основным устройством, используемым для доступа к новостям для 69% из них [28]. Другое исследование показывает, что использование смартфонов и социальных сетей положительно влияет на различные аспекты социального капитала и участия в политической жизни [29]. Более того, утверждается, что программные приложения доминируют в цифровой медиасреде, делая ее местом для значительных социокультурных преобразований по всем направлениям [30].

Эти социокультурные и технические изменения побуждают исследовать электронное участие через призму медийных систем. Оценка и сравнение платформ и инструментов электронного участия друг с другом путем применения определенных показателей может дать важную информацию об их индивидуальных сравнительных преимуществах. Однако такой платформенный подход ограничивает возможности для лучшего понимания полезности инструментов электронного участия в качестве отдельных носителей с точки зрения предпочтений потребления медиа конечными пользователями. Различные носители существенно различаются по своей способности передавать контент электронного участия, процессы, особенности, опыт использования, поскольку люди могут принимать или отклонять определенные инструменты из-за формы и формата их основного носителя. Это означает, что некоторые медиасреды могут отвечать конкретным требованиям электронного участия лучше, чем другие в том же контексте.

Чтобы связать сервисы электронного участия со средой мультимедиа, которая обеспечивает функциональность, удобство использования и содержание таких сервисов, мы используем экосистемный подход, применяемый для теоретического обоснования экологии средств массовой информации и систем обсуждения.

Термин «медиаэкология», введенный Маршаллом Маклюэном в 1960-х годах, означает сегодня сложные и часто гибридные системы коммуникации, определяемые как видимые и невидимые среды, в которых технологии взаимодействуют с культурами, ценностями, мнениями, языками, поведением, то есть с нами; или, скорее, как мы используем и потребляем такие технологии в конкретных локальных контекстах. В последнее время наблюдается возобновление интереса к изучению медиаэкологий как систем [31 – 33]. Распространение принципов медиаэкосистем на изучение электронного участия может показаться концептуально продуктивным, чтобы понять, почему, например, граждане с большей готовностью обсуждают политику на неполитических форумах, в то время как многие официальные инициативы электронного участия терпят неудачу [34; 35]. Используемые медиа потенциально будут иметь не меньшее значение, чем сама практика участия, в соответствии с утверждением Маршала Маклюэна о том, что «медиа — это сообщение».

Аналогично концептуализированное и родственное понятие информационной экологии, выдвинутое Бонни Нарди и Вики О'Дей в их книге «Информационная экология: использование технологий с сердцем», делает особый акцент на местном контексте или местности. Они утверждают, что информационные экологии «обладают чувством локальности», в котором «различные части экологии совместно развиваются, изменяясь вместе в соответствии с отношениями в системе», где изменение носит системный характер [36, р. 50-51]. Технологии в уникальном локальном контексте приобретают уникальную идентичность в процессе «хабитации», что означает размещение технологии в сети взаимоотношений в локальной информационной экологии.

Идея применения экосистемного подхода в области открытого правительства и участия граждан не совсем нова [37; 38]. Однако экосистемный подход обычно используется как «метафора для понимания взаимосвязанных систем и их компонентов, а также социальных систем с интенсивным использованием информационных и коммуникационных технологий», а не как заранее разработанный план моделирования экосистемы [37, р. 94]. Экосистемные модели, разработанные для Санкт-Петербурга в России и Нью-Йорка в США, основаны на наборе «динамических отношений между широким спектром

социальных и технических факторов, влияющих на характер и эффективность» программ открытых правительственных данных [39, р. 18]. Однако авторам этой статьи не известны исследования, которые бы явно включали измерение медиаэкосистемы в план исследования.

Как правило, прошлые и текущие исследования изучают качество платформ, каналов и инструментов электронного участия независимо друг от друга. Сферы исследований включают, например, применимость различных показателей оценки для изучения порталов электронного участия с точки зрения институционального дизайна и производительности [40; 41], присутствие государственных учреждений в социальных сетях [21; 42; 43]. В 2019 году было проведено масштабное исследование по оценке ресурсов электронного участия на региональном и муниципальном уровнях (205 и 155 ресурсов соответственно) нескольких типов [44]. Типология электронного участия охватывала такие каналы, как открытое и инициативное бюджетирование, порталы жалоб, электронные инициативы, голосование и краудсорсинг.

Отметим, что, как правило, местные органы власти разрабатывают свои инструменты электронного участия в дополнение к ресурсам, централизованно размещаемым федеральным правительством. Однако в целом инструменты для вовлечения граждан в открытое и совместное бюджетирование явно доминируют на обоих уровнях, составляя не менее двух третей всех ресурсов, доступных на каждом уровне, за которыми следуют ресурсы типа FixMyStreet (около 12-15%). Инструментов, облегчающих краудсорсинг на обоих уровнях, немного (3-5%). Интересно, что доля электронных инструментов для голосования на муниципальном уровне вдвое больше, чем на региональном уровне (13% против 7%).

3. Методология и результаты исследования

Наша основная гипотеза заключается в том, что в настоящее время на уровне МО сформирована сравнительно целостная экосистема электронного участия, включающая в себя медийные ресурсы коммуникации и взаимодействия между властью и жителями, которые используются для информирования, сотрудничества и участия в принятии решений. В этом плане мы используем устоявшуюся категоризацию инструментов электронного участия, принятую ООН. Применяя принципы медиаэкологии и информационной экологии к электронному участию, можно разработать целостную модель экосистемы участия, чтобы выявить возможную взаимосвязь между процессами взаимодействия власти с гражданами и соответствующими средами.

Ключевые вопросы исследования касаются возможности (а) моделирования экосистемы электронного участия с точки зрения выявления составляющих ее элементов на местном уровне в отличие от доминирующего в настоящее время внимания к разным платформам и инструментам и (б) эмпирического исследования взаимосвязи между элементами экосистемы. Иначе говоря, были выдвинуты две рабочие гипотезы. Первая состояла в утверждении, что на уровне МО сформирована медиаэкология электронного участия, состоящая из трех медийных сред. Постулатом второй гипотезы являлось предположение о том, что эти три среды взаимосвязаны друг с другом на системной основе, которую можно было бы выявить через сервисы электронного участия. Иначе говоря, тип медийного ресурса и тип сервиса неким образом взаимозависимы. При этом предполагалось, что основой такой взаимосвязи является численность жителей муниципального образования, т.е., динамика сервисов участия будет зависеть от динамики численности их пользователей.

Исследование пытается ответить на следующие вопросы:

1. Каковы структура и состав сервисов электронного участия в зависимости от их соответствующих носителей и численности жителей МО?
2. Существует ли значимая связь между численностью населения, типом сервиса и медийной средой?

3. Можно ли сформировать модель экосистемы электронного участия на основе размера МО, сервисов и их носителей?

Исследование основано на кейсах муниципальных образований (МО) внутри Санкт-Петербурга. Территория Санкт-Петербурга делится на 111 внутригородских муниципальных образований¹ (внутригородские территории города федерального значения), являющихся территориальными единицами, образованными в границах административно-территориальных единиц — районов Санкт-Петербурга. 111 внутригородских муниципальных образований Санкт-Петербурга, в свою очередь, состоят из 81 муниципального округа, 9 городов и 21 поселка. Учитывая экспериментальный характер данного исследования, а также связанные с этим ограничения, было выявлено десять МО в качестве исследовательского объекта. Эти муниципальные образования были определены в значительной степени случайным образом, полагая, что для целей построения экспериментальной модели экосистемы выборка объектов исследования играет меньшую роль в сравнении с обеспечением применения одних и тех же принципов моделирования. Постулировалось, что если модель можно выстроить на примере десяти МО, то исследование может быть масштабировано до 111 единиц с использованием тех же принципов.

Были использованы следующие принципы определения *выборки*: во-первых, для удобства было принято решение остановиться на десяти муниципальных образованиях, так как этого количества оказалось достаточно для отражения наиболее важных отличий между муниципальными образованиями на основе принципа территориальности, а именно — разделения на муниципальные округа, города и поселки (среди проанализированных внутригородских муниципальных образований 5 округов, 3 поселка и 2 города); во-вторых, основой принципа случайности выборки являлся алфавитный порядок расположения МО в рамках каждой категории для определения их представителей (такой подход к пониманию случайности основывался на том, что названия МО никак не связаны с их качественными параметрами как таковыми). В итоге были проанализированы 5 округов, 3 поселка и 2 города (см. таблицу 1). В силу применения алфавитного порядка в список попали пять МО, названия которых начинаются с буквы «А».

Таблица 1. Список проанализированных муниципальных образований

| МО | Административно-территориальный статус | Количество жителей в 2021 году |
|----------------------|--|--------------------------------|
| Автово | округ | 44456 |
| Адмиралтейский округ | округ | 22710 |
| Академическое | округ | 106782 |
| Александровская | поселок | 2728 |
| Аптекарский остров | округ | 19828 |
| Белоостров | поселок | 2301 |
| Зеленогорск | город | 15208 |
| Колпино | город | 149766 |
| Комарово | поселок | 1300 |
| МО №7 | округ | 40595 |
| Всего | | 405674 |

В выборку случайным образом попали муниципальные образования, которые находятся в границах 5 из 18 районов Санкт-Петербурга.

Затем эти МО были охарактеризованы с точки зрения их присутствия в трех медийных средах: (а) в форме интернет-сайтов; (б) в форме страниц в соцсетях и (в) в форме мобильных приложений. Следует отметить, что использовались только официальные

¹ Полный список представлен на официальном сайте Правительства Санкт-Петербурга (https://www.gov.spb.ru/gov/self_gov/).

медийные ресурсы, либо квазиофициальные, т.е., те, которые связаны (аффилированы) с властью МО, как например, страницы в соцсетях, ведущиеся по просьбе администрации МО, а также включая страницы официальных представителей МО. Таблица 2 говорит о том, что МО наиболее широко представлены в среде социальных сетей и почти не присутствуют в среде мобильных приложений.

Таблица 2. Количество выявленных официальных медиаресурсов на уровне муниципальных образований

| МО | Количество веб-сайтов | Количество страниц в соцсетях | Количество мобильных приложений |
|----------------------|-----------------------|-------------------------------|---------------------------------|
| Автово | 1 | 3 | 1 |
| Адмиралтейский округ | 1 | 2 | 0 |
| Академическое | 1 | 3 | 0 |
| Александровская | 1 | 1 | 0 |
| Аптекарский остров | 1 | 3 | 1 |
| Белоостров | 1 | 1 | 0 |
| Зеленогорск | 1 | 0 | 0 |
| Колпино | 1 | 3 | 1 |
| Комарово | 1 | 1 | 0 |
| МО №7 | 1 | 1 | 0 |
| Всего | 10 | 18 | 3 |

В данном исследовании мы используем в качестве основного термин «медийная среда», который, с одной стороны, является частью дискурса в области медиаэкологии, а с другой стороны, подчеркивает экосистемность медиасреды, в которую «погружены» ее участники. Кроме того, использование термина «среда» позволяет выделить ее структурные элементы, такие как веб-сайты, соцсети, мобильные приложения. Термин «система» также предусматривает наличие взаимосвязанных структурных элементов, без которых система не может функционировать. Каждая из таких системных сред является в свою очередь технологически специализированной медийной средой, требующей от ее участников определенных навыков пользования соответствующими сервисами и инструментами.

Другой важной особенностью исследования является понимание и использование термина «сервис». В данном случае мы предлагаем его широкую интерпретацию, подразумевающую любой технически реализованный инструмент коммуникации и взаимодействия между властями и жителями муниципального образования. Это может быть канал или чат в виде мобильного приложения, раздел меню веб-сайта, дискуссионная группа в соцсети. Особое внимание уделялось изучению разделов меню веб-сайтов МО, как исключительно по своей важности средства коммуникации и взаимодействия с жителями. Соответственно, каждый раздел и подраздел меню рассматривался как конкретный сервис информирования, сотрудничества или принятия решений. Наличие страницы в социальных сетях также рассматривался как один отдельный сервис, автоматически классифицируемый как информирование. В случае имеющихся других разделов, созданных для организации дискуссий или проведения голосования, страница оценивалась как сервис сотрудничества или принятия решений соответственно. Аналогичным образом оценивались сервисы мобильных приложений.

У каждого МО, согласно действующему законодательству, есть веб-сайт. В данном исследовании не учитывались веб-сайты других казенных организаций и предприятий, так как они либо не относились к выполнению собственно управленческих функций, либо не являлись собственностью МО; к такому типу ресурсов можно отнести, например, детские сады, молодежные и другие ресурсно-информационные центры, управленческие компании, которые могут взаимодействовать с населением.

Хотя это и являлось определенным ограничением исследования, следует отметить, что таких официальных (и полу-официальных) ресурсов было выявлено очень немного и их не включение не повлияло на экспериментальное моделирование экосистемы, поскольку последняя может быть легко масштабирована за счет включения других при условии, что три медийных среды участия остаются неизменными (т.е. изменения касаются только внутрисредового разнообразия, что в данном случае не являлось предметом исследования). Тем не менее, вопрос состава сред является потенциально методологически важным и может быть изучен в будущем.

В Таблице 3 приведено общее количество разделов и подразделов главного меню официального веб-сайта МО, за исключением ссылок на внешние ресурсы и другое информационное и интерактивное наполнение, присутствующее на главной странице (зачастую это может быть, например, новостная лента).

Таблица 3. Количество разделов и подразделов главного меню интернет-сайта МО

| МО | Разделы | Подразделы |
|----------------------|---------|------------|
| Автово | 5 | 71 |
| Адмиралтейский округ | 7 | 39 |
| Академическое | 6 | 30 |
| Александровская | 5 | 36 |
| Аптекарский остров | 10 | 117 |
| Белоостров | 6 | 62 |
| Зеленогорск | 7 | 35 |
| Колпино | 4 | 74 |
| Комарово | 9 | 70 |
| МО №7 | 12 | 54 |
| Среднее | 7 | 59 |

Внимание к содержанию именно главного меню обусловлено его важностью с точки зрения удобства навигации по интернет-странице для рядового пользователя, который ищет необходимую информацию и которая визуальнo наиболее доступна в верхней части страницы – слева сбоку или вверху, где, как правило, находятся строки главного меню. Имеющиеся внешние ссылки (баннеры, виджеты) носят не только вторичный характер и менее заметны, особенно если страница перегружена такой визуальной информацией, как правило в нижней части страницы, что зачастую требует скроллинга страницы (а, значит, и дополнительных усилий). Кроме того, главное меню наиболее точным образом характеризует стратегию наполнения веб-сайта именно местной информацией и интерактивными возможностями самого МО, как непосредственного собственника такой информации. Например, практически все исследованные официальные интернет-страницы содержат ссылки на функцию общественного голосования и информирования о дорожных проблемах, которое можно осуществить на портале госуслуг.

Аналогично реализована электронная приемная на Едином портале обращений граждан на уровне Санкт-Петербурга. Данные Таблицы 3 показывают, что среднее число разделов равно семи, а подразделов - около 60. Эти данные выглядят довольно значительными, особенно количество подразделов второго и даже третьего уровня, как продемонстрировано на Рисунке 1, что затрудняет поиск необходимой информации со стороны рядового пользователя, который посещает веб-сайт МО лишь по мере необходимости и может не знать, как найти требуемую информацию (функция поиска по веб-сайту также требует определенных навыков пользования). Дополнительные исследования необходимы, чтобы лучше понять, насколько такая информация и формат ее представления отражают интересы пользователя и ее фактическую востребованность, прежде всего с точки зрения взаимодействия с жителями МО.

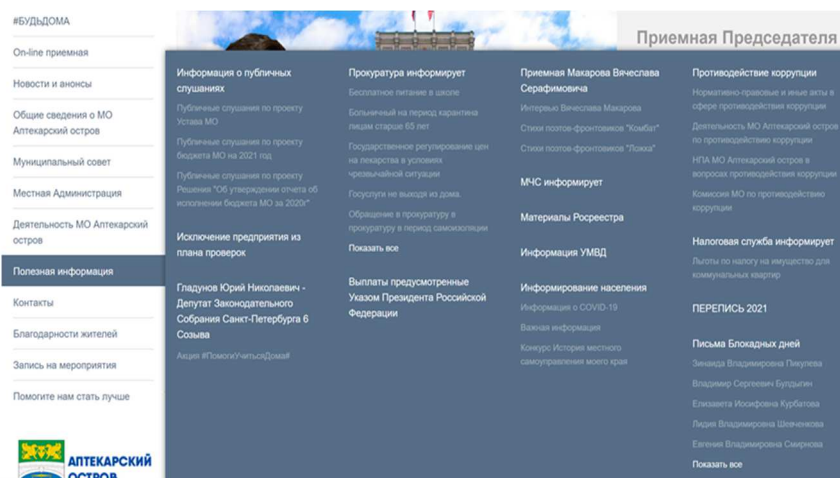


Рис. 1. Пример организации главного меню на интернет-странице МО Аптекарский остров

Подразделы меню и баннеры, содержащие ссылки на внутренние или внешние ресурсы вне основного меню, фактически являются сервисами как статичного предоставления информации, так и формами интерактивного взаимодействия с пользователями через приглашение к сотрудничеству или оказания административных услуг. В данном исследовании все сервисы – на основе выявленных подразделов главного меню и других ссылок – были объединены в три группы на основе критериев, используемых ООН при подготовке отчетов об электронном управлении в части, касающейся электронного участия [45]. Одну группу составляют сервисы информирования; вторая группа – это сервисы сотрудничества через обратную связь и предоставления возможности обсудить местные проблемы в форме общественных консультаций и слушаний; в третью группу входят сервисы непосредственного участия в принятии решений, как правило, путем голосования. В Таблице 4 сведены данные о количестве таких сервисов в разрезе МО.

Таблица 4. Количество сервисов информирования, сотрудничества и участия в принятии решений

| МО | Всего сервисов | Из них | | |
|----------------------|----------------|----------------|----------------|------------------|
| | | информирование | сотрудничество | принятие решений |
| Автово | 82 | 74 | 7 | 1 |
| Адмиралтейский округ | 42 | 41 | 1 | 0 |
| Академическое | 46 | 37 | 8 | 1 |
| Александровская | 44 | 37 | 6 | 1 |
| Аптекарский остров | 130 | 119 | 11 | 0 |
| Белоостров | 68 | 64 | 4 | 0 |
| Зеленогорск | 45 | 36 | 8 | 1 |
| Колпино | 94 | 79 | 14 | 1 |
| Комарово | 78 | 67 | 10 | 1 |
| МО №7 | 61 | 57 | 3 | 1 |
| Среднее | 69 | 61 | 7 | 1 |
| Всего | 690 | 611 | 72 | 7 |

Всего зафиксировано 690 сервисов всех трех типов, или 69 в среднем по МО, в том числе 61 сервис информирования, 72 сервиса сотрудничества и 7 сервисов относятся к принятию решений. Эти данные свидетельствуют, что, как проиллюстрировано на Рисунке 2, в среднем функции информирования явно преобладают, достигая уровня 90%.

При этом примерно один из десяти сервисов относится к сервисам сотрудничества. Сервисы участия в принятии решений не превышают 1%. Это – типичное соотношение, мало варьирующее от МО к МО. Наибольшая доля сервисов сотрудничества отмечена в муниципальных образованиях Зеленогорска и Академическое, достигая уровня 18% и 17% соответственно. Меньше всего сервисов сотрудничества наблюдается в МО Адмиралтейский округ (2%), МО №7 (5%) и Автово (9%).



Рис. 2. Процентное соотношение функций информирования, сотрудничества и принятия решений в среднем для МО

При этом нельзя сказать, что малочисленность интерактивных сервисов участия частично компенсируется наличием ссылок на внешние ресурсы. Вместе с тем, такие внешние сервисы почти не используются, что ставит вопрос либо об их невостребованности жителями МО в имеющемся виде, либо о незнании об их существовании. Невозможно сказать на данном этапе, использовались ли такие сервисы, если бы они являлись частью главного меню и соответственно администрировались бы на уровне самого МО, а не города в целом или на федеральном уровне. В пользу важности именно местного ресурса указывает тот факт, что интерес жителей к странице МО в социальных сетях достаточно большой. Как показано в Таблице 5, речь идет о тысячах только зарегистрированных пользователей (за редким исключением). В некоторых случаях организованы дискуссии, хотя и их масштаб, и интенсивность невысоки. Тем не менее, целью страниц в соцсетях, несмотря на их интерактивную природу, по-прежнему является информирование, а не более глубокое сотрудничество, хотя последнее технически проще реализовать именно в соцсетях.

Исследование исходило из того, что моделирование экосистемы должно включать численность населения муниципального образования в качестве одного из базовых компонентов модели. Число жителей было также критерием отбора МО для экспериментирования для обеспечения максимального разнообразия, насколько это было возможно осуществить в рамках такой небольшой выборки. Численность жителей представлялась как потенциально важный фактор формирования онлайн-среды участия, поскольку большие по размеру МО должны были бы иметь больший кадровый и технический потенциал для реализации сервисов электронного участия в сравнении с небольшими МО.

Для проверки такого предположения была проанализирована – с учетом ограничений, накладываемых сравнительно небольшой выборкой – взаимосвязь между численностью жителей и долей сервисов участия в их общем количестве, зафиксированных во всех трех медийных средах, а именно: в среде интернет-сайтов, среде социальных сетей и среде мобильных приложений.

Таблица 5. Количество зарегистрированных членов в соцсетях

| МО | К-во зарегистрированных членов сетевых сообществ |
|----------------------|--|
| Автово | 4037 |
| Адмиралтейский округ | 9929 |
| Академическое | 7320 |
| Александровская | 150 |
| Аптекарский остров | 3690 |
| Белоостров | 1155 |
| Зеленогорск | 0 |
| Колпино | 7707 |
| Комарово | 27 |
| МО №7 | 3139 |
| Всего | 37154 |

В целях большей генерализации результатов, все десять МО были разбиты на четыре основные группы с численностью: (1) свыше 100 тысяч жителей (Колпино и Академическое), (2) от 25 до 50 тысяч (Автово и МО №7), (3) от 10 до 25 тысяч (Адмиралтейский округ, Аптекарский остров и Зеленогорск) и (4) менее 5 тысяч (Александровская, Белоостров и Комарово). Для каждой из групп для наглядности была также рассчитана средняя численность (таблица 6).

Таблица 6. Распределение сервисов участия в зависимости от размера МО

| Численность населения | | | К-во МО | Всего сервисов | Из них | | |
|-----------------------|-------------------|-------------------|---------|----------------|----------------|----------------|------------------|
| группы МО | сред. численность | общая численность | | | информирование | сотрудничество | принятие решений |
| Свыше 100 тыс | 128 тыс. | 256548 | 2 | 140 | 116 | 22 | 2 |
| 25-50 тыс | 43 тыс. | 85051 | 2 | 141 | 129 | 10 | 2 |
| 10-25 тыс | 13 тыс. | 57746 | 3 | 219 | 197 | 21 | 1 |
| Менее 5 тыс | 2 тыс. | 6329 | 3 | 190 | 168 | 20 | 2 |
| Итого | | | 10 | 690 | 610 | 73 | 7 |

Рисунок 3 показывает распределение всех типов сервисов участия (вертикальная ось графика) по мере роста численности жителей муниципального образования (горизонтальная ось). В целом данные графика свидетельствуют об отсутствии каких-либо значительных различий по мере роста размера МО. Так, если в трех самых небольших МО с общей численностью населения 6 тысяч 329 человек (Александровское, Комарово, Белоостров – группа МО с количеством жителей менее 5 тысяч) зафиксировано 190 сервисов, то в двух наиболее крупных МО с общей численность 256 тысяч 548 человек (Колпино и Академическое) отмечено 140 сервисов.

Представляется, что эта разница не является существенной и скорее всего носит случайный характер. По крайней мере можно утверждать с относительно высокой степенью вероятности, что в более крупных муниципальных образованиях число сервисов примерно такое же, как и в малых МО. Хотя причины такой стабильности не очень ясны, можно лишь предположить, что соблюдается определенный общий обязательный стандарт доступа жителей к сервисам вне зависимости от размера МО. Это наблюдение подтверждается данными по процентной доле каждого типа сервиса в их общем количестве (рисунки 4, 5 и 6).

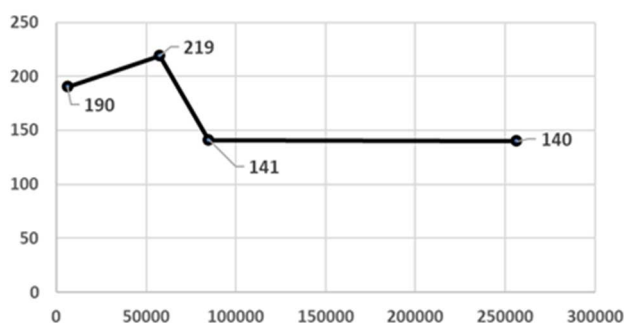


Рис. 3. Соотношение количества сервисов в зависимости от численности населения МО

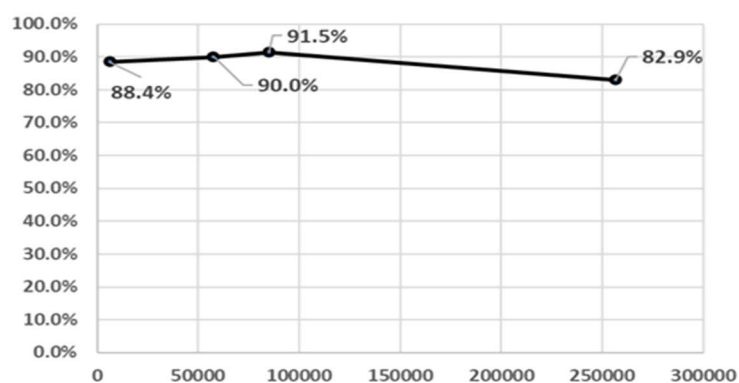


Рис. 4. Изменение доли сервисов информирования по мере роста численности населения МО

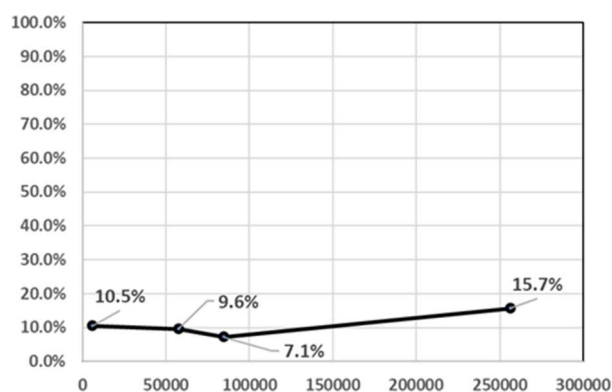


Рис. 5. Изменение доли сервисов сотрудничества по мере роста численности населения МО

Как и в предыдущем случае, эти данные также указывают на отсутствие значимой связи между численностью населения и типом сервиса. Некоторое исключение составляет небольшой рост доли сервисов сотрудничества для группы свыше 100 тысяч жителей. В целом наблюдается явное доминирование сервисов информирования, в то время как сервисы принятия решений почти отсутствуют. Это достаточно ожидаемая ситуация, так как сервисы информирования значительно легче реализовать. Кроме того, сервисы сотрудничества и принятия решений требуют значительной активности со стороны пользователей, чтобы ими пользоваться, что предполагает серьезную заинтересованность в изменении положения дел с помощью таких сервисов, и, следовательно, уверенность в принципиальной возможности таких изменений. Здесь важна не только техническая

реализация сервисов, сколько социально-политический контекст и причины, которыми руководствовались власти, принимая решение об их создании.

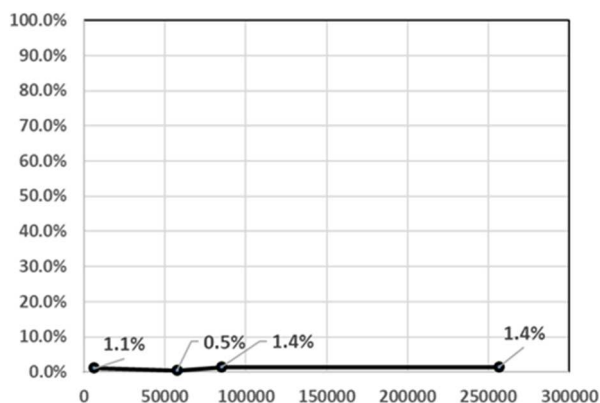


Рис. 6. Изменение доли сервисов принятия решений по мере роста численности населения МО

Таким образом, то исходное допущение, что большие МО обладают сравнительными преимуществами над небольшими с точки зрения наличия (но не качества, которое не оценивалось) сервисов не оправдывается на примере данной выборки.

Далее в исследовании выявлялась взаимосвязь между сервисами участия и типом медийной среды муниципального образования.

Доминирование сервисов информирования заметно прежде всего в среде интернет-сайтов – 581 сервис в сравнении с 52 сервисами сотрудничества и всего 7 сервисами принятия решений (рисунок 7).



Рис. 7. Распределение сервисов в среде веб-сайтов

Среда соцсетей в этом отношении оказывается менее показательной, хотя сервисы информирования также доминируют, но в значительно меньшей степени – 27 против 19 сервисов сотрудничества и отсутствием сервисов принятия решений (рисунок 8). Здесь важно отметить, что изменение тренда происходит на фоне относительно небольшого количества сервисов, созданных в среде соцсетей. Это затрудняет прямые сравнения со средой веб-сайтов. Тем не менее, соцсети оказываются более предпочтительной средой для сервисов сотрудничества в силу особых интерактивных свойств социальных сетей, дающих возможность реализовать такую сетевую форму взаимодействия, как публичные

обсуждения (по крайней мере не нормативного характера), без особых усилий. В то время как в среде веб-сайтов для этого необходимо разрабатывать самостоятельные технические решения. Отсутствие сервисов принятия решений связано как с их малым количеством вообще, так и необходимостью более сложных технических решений, которые сложнее осуществить в среде соцсетей, включая аспекты кибербезопасности.

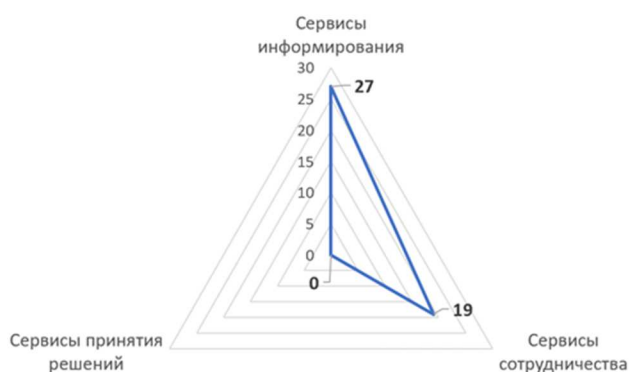


Рис. 8. Распределение сервисов в среде соцсетей

Как отмечалось, очень небольшое количество сервисов, реализованных в мобильной среде, не позволяет сделать аргументированный анализ (рисунок 9).

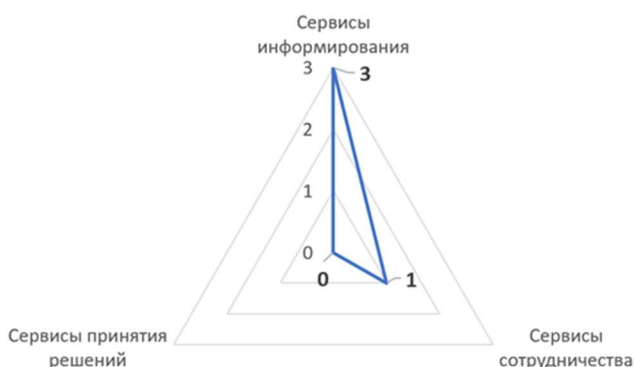


Рис. 9. Распределение сервисов в мобильных приложениях

В целом, можно утверждать, что тип медийной среды оказывает влияние на организацию сервисов, особенно в области сотрудничества между властями и жителями МО.

Среда официальных веб-сайтов используется прежде всего для информирования от органов управления к гражданам, в то время, как среда соцсетей более подходит для двустороннего взаимодействия, а также для коммуникации между самими жителями. Данные Таблицы 5 (см. выше) свидетельствуют о достаточно высокой популярности местных сетевых сообществ.

4. Моделирование экосистемы участия

В качестве основных элементов экосистемы электронного участия были взяты три основных параметра: тип медийной (онлайновой) среды, тип сервисов участия и размер муниципального образования. Медийные среды включают интернет-сайты, страницы

соцсетей и мобильные приложения платформ и приложений. Типы сервисов электронного участия разбиты на сервисы информирования, сотрудничества (обратная связь и общественные консультации / слушания) и сервисы участия в принятии решений (как правило, это голосование) [46]. Результаты, приведенные в предыдущем разделе, говорят о том, что численность населения МО не является определяющим фактором формирования сервисов участия. Вместе с тем, полученные данные указывают на существующую зависимость между типом сервиса и типом онлайн-среды.

Хотя не удалось показать взаимозависимость эмпирически между количеством жителей и местными сервисами, размер МО был использован в качестве общей основы для построения упрощенной модели экосистемы электронного участия, как важный параметр, влияющий на качество и содержание социальной среды МО в целом. Было решено визуализировать модель экосистемы в виде куба, чтобы наглядно показать взаимосвязь между всеми тремя основными параметрами модели (рисунок 10).

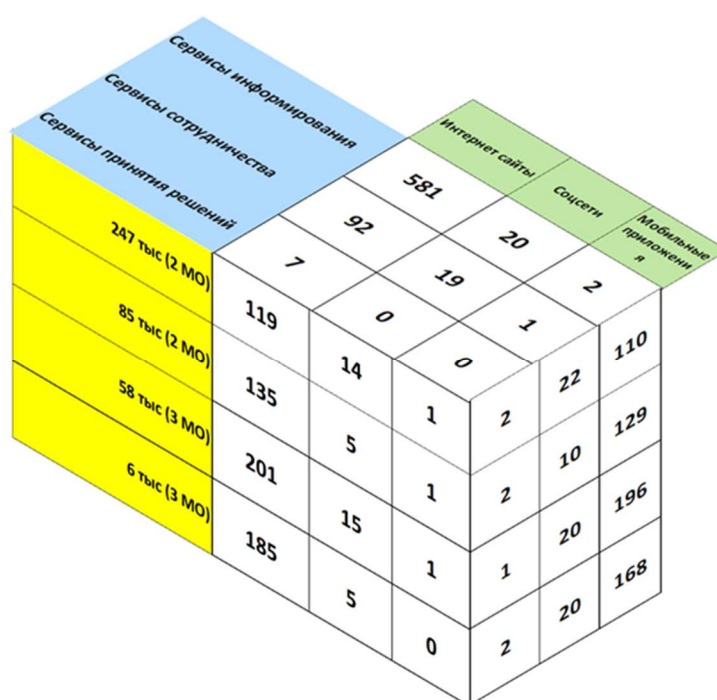


Рис. 10. Объемная модель экосистемы участия

Каждая видимая стороны куба содержит число соответствующих сервисов. Например, центральный квадрат на верхней горизонтальной поверхности куба с числом 19 говорит о том, что имеется 19 сервисов сотрудничества в среде соцсетей. Левый крайний ряд на вертикальной стороне содержит данные о количестве сервисов в среде интернет-сайтов в зависимости от размера муниципальных образований, а правая вертикальная поверхность куба отражает наличие сервисов по группам численности населения МО; к примеру, имеется 110 сервисов информирования в группе двух МО с общей численностью 247 тысяч жителей и 168 сервисов в трех МО с общей численностью 6 тысяч.

Фактически эта модель интегрирует результаты исследования, описанные выше, в общих аналитических рамках. Ограничением данной модели в том виде, в котором она представлена в этой статье, является невозможность выйти за пределы трех компонентов. Несмотря на это, модель является достаточно комплексной, отражающей основные стороны электронного участия. Таким образом, ответ на третий вопрос нашего

исследования о возможности построить модель, нашел подтверждение. Технически возможно улучшить модель куба за счет наполнения остальных сторон, что даст возможность дополнить модель тремя новыми параметрами и изучить выявить взаимодействие по всем возможным направлениям.

Отвечая на первый исследовательский вопрос о структуре и сервисах электронного участия, подчеркнем, что во всех муниципальных образованиях, без исключений, вне зависимости от их размера, сервисы информирования являются не просто основными, но определяющими и в значительной степени избыточными.

Можно предположить, что такое большое количество сервисов информирования вызвано не столько информационными потребностями жителей, сколько пониманием таких потребностей со стороны властей МО. При этом, как правило, такие сервисы (выявленные на основе главного меню) находятся в среде интернет-сайта. Также во всех случаях сервисы сотрудничества и особенно участия в принятии решений находятся на низком уровне во всех трех онлайн-средах. Хотя социальные сети также выполняют функцию информирования, тем не менее, были выявлены случаи организации дискуссий (так как среда и функционал соцсетей позволяет сделать это технически). Что касается сервисов сотрудничества (общественные консультации и слушания, каналы обратной связи) и участия в принятии решений (как правило, это голосование), то их невысокая доля обусловлена как техническими, так организационными проблемами реализации. Характерной чертой является тот факт, что такие сервисы почти не представлены в главном меню интернет-сайтов МО, за исключением обратной связи, которая чаще всего (но не всегда) реализована в онлайн-режиме. Как правило, такую возможность представляют внешние ресурсы общегородского или федерального характера, ссылки на которые приведены на сайте. Выборочная проверка функциональности таких внешних сервисов показала, что они практически не используются для местных нужд. Такое положение дел ставит вопрос о том, что возможно следует дополнить экосистему участия на муниципальном уровне новыми параметрами, характеризующие степень «владения» или «контроля» над такими сервисами, чтобы обеспечить их местную релевантность. Прежде всего, это касается сервисов общественных консультаций и слушаний, которые сложно осуществить технически, но еще сложнее убедить жителей пользоваться ими, как социальными практиками. Сервисы в среде мобильных приложений почти отсутствуют.

Такие результаты позволяют сделать новое допущение, постулирующее, что в настоящее время развертывание сервисов информирования не является технически и технологической сложной проблемой, доступной для любых МО. Прежде всего это касается интернет-сайтов, которые, как отмечалось выше, настолько заполнены самой разнообразной информацией, что могут создавать навигационные трудности в поиске определенной информации для рядового неподготовленного пользователя, который скорее всего посещает веб-сайт МО только в случае необходимости. Сервисы сотрудничества мало представлены во всех средах, хотя социальные сети используются для организации неофициальных дискуссий в большей степени по сравнению с веб-сайтами.

Последние более задействованы для обратной связи с властями с помощью сервисов официальных обращений. Иными словами, тип сервиса зависит от медийной среды, прежде всего от ее технических особенностей, что влияет на возможности использования, как продемонстрировано на примере различий между веб-сайтами и соцсетями.

В итоге были получены следующие ответы на поставленные исследовательские вопросы:

1. На примере выборки из 10 МО была определена структура и состав сервисов электронного участия в зависимости от их соответствующих носителей и численности жителей МО. Установлено, что численность населения не является фактором, определяющим наличие и структуру сервисов участия.

2. Численность населения не влияет также на взаимодействие между численностью населения, типом сервиса и медийной средой. В то же время, данные свидетельствуют, что

тип сервиса зависит от типа медийной среды. Особенно это касается сервисов информирования и сотрудничества.

3. Оказалось принципиально возможным построить трехмерную модель экосистемы электронного участия на основе размера МО, сервисов и их носителей. Визуализация такой модели позволяет выявить взаимосвязи (или их отсутствие) между всеми тремя элементами экосистемы.

5. Заключение

Исследование показало, что власти муниципальных образований заинтересованы прежде всего в одностороннем информировании жителей, не уделяя должного внимания развертыванию сервисов сотрудничества и участия граждан в принятии решений. Хотя, как отмечалось выше, такие сервисы реализованы на уровне Санкт-Петербурга (как, например, городской портал электронной приемной) и Российской Федерации (как, например, портал Госуслуг), их фактическое использование жителями МО не очевидно. В то время как не вызывает сомнения важность и востребованность таких сервисов в принципе, именно местные сервисы взаимодействия с населением, кроме информирования, отсутствуют. Дополнительные исследования необходимы для лучшего понимания того, в какой степени жители МО могут быть заинтересованы в таких местных сервисах. Еще одним выводом исследования является очень слабое использование официальных страниц МО в соцсетях для целей сотрудничества. Функция информирования также доминирует. Исследование также показало, что роль среды мобильных приложений является минимальной в отношении всех сервисов участия. Логично предположить, что, например, чат-боты, могут стать важным инструментом информирования, что заставит со временем пересмотреть подходы к использованию местных интернет-сайтов в этих целях.

Можно предположить, что дальнейшее распространение мобильных платформ и приложений (каналов, чатов, сообществ) может привести к более значимым различиям между сервисами и медийной средой. Такие различия будут обусловлены не только техническими особенностями, но и типом пользовательских предпочтений. Особенно это касается молодежи, которая почти исключительно пользуется мобильными приложениями и редко посещает традиционные интернет-сайты. В настоящее время трудно прогнозировать для какой среды будет доминировать в будущем и какие сервисы будут предпочтительнее для разных групп населения. Можно лишь зафиксировать, что веб-сайты отражают прежде всего информационный контент, в котором по мнению властей нуждаются жители. Дополнительные исследования необходимы, что бы понять в какой степени существующие сервисы и медийные среды отражают реальные потребности и предпочтения в разрезе социальных групп для выработки новых технических решений по расширению возможностей электронного участия. Если рассматривать сервисы электронного участия как форму публичного дискурса, то остается справедливой идея Нила Постмана, высказанная еще в 1985 году, что наше внимание должно быть «сосредоточено на том, как формы публичного дискурса регулируют и даже диктуют, какой контент может исходить от таких форм» [47, р. 6].

Так как данное исследование не учитывало другие имеющиеся ресурсы, не относящиеся к официальным, одним из направлений будущего исследования может стать изучение частных и общественных сервисов и инструментов, как элементов экосистемы.

В заключении хотелось бы отметить, что необходимо понимание того, что является местным ресурсом (сервисом) именно на низовом уровне МО и как экосистема участия может измениться, если включать в ее состав внешние ресурсы. Очевидно, что ключевым вопросом в этом отношении будет играть фактор востребованности сервисов населением МО. Это потребует дополнительных исследований в области местных экосистем участия на примере более значительной выборки.

Литература

- [1] Vassil K., Weber T. A Bottleneck Model of E-voting. Why Technology Fails to Boost Turnout // *New Media & Society*. 2011. Vol. 13(8). P. 1336-1354. DOI:10.1177/1461444811405807.
- [2] Коулман С. Может ли интернет укрепить демократию? СПб.: Алетейя, 2018. 150 с.
- [3] Norris P. *Digital divide: civic engagement, information poverty, and the Internet worldwide*. Cambridge: Cambridge University Press. 2001. DOI: 10.1017/CBO9781139164887.
- [4] Morozov E. *The Net Delusion: The Dark Side of Internet Freedom*. N.Y.: Public Affairs, 2012. 432 p.
- [5] Castells M. *The Rise of the Network Society*. Oxford: Blackwell, 1996. 625 p.
- [6] van Dijk J. *The network society: social aspects of new media*. London: Sage, 2006. P. 189-192.
- [7] Webster F. *Theories of Information Society*. 3rd Edition. London: Routledge, 2006. 323 p.
- [8] Jones S.G. (Ed) *CyberSociety 2.0: revisiting computer-mediated communication and community*. London: SAGE Publications, 1998. 262 p.
- [9] Nunes M. What space is cyberspace? The Internet and virtuality // *Virtual Politics: Identity and Community in Cyberspace* / David Holmes (Ed). London: SAGE Publications, 1997. P. 163-178.
- [10] Wilhelm A. *Democracy in the Digital Age: Challenges to Political Life in Cyberspace*. Routledge, 2000. 199 p.
- [11] Resnick D. *Politics on the Internet: The Normalization of Cyberspace* // *The Politics of Cyberspace*, New York: Routledge, 1998. P. 48–68.
- [12] McConnaughey J. *Access to the Information Superhighway* // *The Social Shaping of Information Superhighways: European and American Roads to the Information Society*. New York: St. Martin's Press, 1997. P. 221–231.
- [13] Miller S.E. *Civilizing Cyberspace: Policy, Power and the Information Highway*. New York: ACM, 1996. 439 p.
- [14] Rheingold H. *The virtual community: homesteading on the electronic frontier (revised edition)* // Cambridge, MA and London, England: The MIT Press, 2000. 483 p.
- [15] Castells M. *The Internet galaxy: reflections on the Internet, business and society*. Oxford and New York: Oxford University Press, 2001. 311 p.
- [16] Poster M. *Cyberdemocracy: The Internet and the Public Sphere* // *Virtual Politics: Identity and Community in Cyberspace* / Holmes, D., (Ed). London: SAGE Publications, 1997. P. 212–228.
- [17] Flichy P. *The Internet Imaginaire*. MIT Press, Cambridge, London, 2007. 264 p.
- [18] Norris P. *Digital divide: civic engagement, information poverty, and the Internet worldwide*. Cambridge: Cambridge University Press, 2001. 312 p.
- [19] Gibson R., Ward S. A Proposed Methodology for Studying the Function and Effectiveness of Party and Candidate Web Sites // *Social Science Computer Review* 2000. Vol. 18 (3). P. 301–319.
- [20] Bach J., Stark D. *Link, search, interact: the co-evolution of NGOs and interactive technology* // *Theory, culture & society*. 2004. Vol. 21 (3). P. 101-117.
- [21] Филатова О.Г. *Государственные коммуникации в цифровой публичной сфере России*. СПб.: Алетейя, 2020. 347 с.
- [22] Hemphill L. Roback, A. *Tweet acts: How constituents lobby congress via Twitter* // *Proceedings of the 17th ACM conference on Computer supported cooperative work & social computing*, New York, NY: ACM, 2014. P. 1200-1210.
- [23] Rainie L., Smith A., Schlozman K., Brady H., Verba S. *Social media and political engagement* // *Pew Research: Internet Project*. 2012. URL: <https://www.pewresearch.org/internet/2012/10/19/social-media-and-political-engagement/> (дата обращения 05.03.2021).
- [24] Coleman S., Moss G. *Under construction: the field of online deliberation research* // *Journal of Information Technology & Politics*. 2012. Vol. 9 (1). P. 1-15.

- [25]Zúñiga H. G. de, Valenzuela S. Social Media Use for News and Individuals' Social Capital, Civic Engagement and Political Participation // *Journal of Computer-Mediated Communication*. 2012. Vol. 17 (3). P. 319-336.
- [26]Alarabiat A., Sá Soares D., Estevez, E. Municipalities e-Participation initiatives through Facebook: citizens perspective // *ICEGOV 2020: Proceedings of the 13th International Conference on Theory and Practice of Electronic Governance*. 2020. P. 551–559.
- [27]Kalogeropoulos A., Fletcher R., Nielsen K. News Brand Attribution in Distributed Environments: Do People Know Where They Get Their News? // *New Media & Society*. 2019. Vol. 21 (3). P. 583-601.
- [28]Newman N., Fletcher R., Nielsen K., Kalogeropoulos A. Reuters Institute Digital News Report 2019 // *Reuters Institute for the Study of Journalism, Oxford University*. 2019. 155 p.
- [29]Park K-G., Han S., Kaid L.L. Does social networking service usage mediate the association between smartphone usage and social capital? // *New Media & Society*. 2013. Vol. 15 (7). P. 1077-1093.
- [30]Light B., Burgess J., Duguay S. The walkthrough method // *An approach to the study of apps*. 2018. Vol. 20 (3). P. 881-900.
- [31]Strate L. A Media Ecology Review // *Communications Research Review*. 2004. Vol. 23 (2). P. 3 – 48.
- [32]Scolari C. Media Ecology: Exploring the Metaphor to Expand the Theory // *Communication Theory*. 2012. Vol. 22 (2). P. 204-225.
- [33]Cali D. *Mapping Media Ecology: Introduction to the Field*. Peter Lang, 2017. 282 p
- [34]Beyond G.T. “Political” communicative spaces: Talking politics on the “Wife Swap” discussion forum // *Journal of Information Technology & Politics*. 2012. Vol.9 (1). P. 31–45.
- [35]Alarabiat A., Sá Soares D. Electronic Participation through Social Media // *ICEGOV '15-16: Proceedings of the 9th International Conference on Theory and Practice of Electronic Governance*. 2016. P. 191–194.
- [36]Nardi B., O'Day V. *Information Ecologies: Using Technology with Heart*. MIT Press. 2000. 251 p.
- [37]Santos L.G.M. Toward the Open Government Ecosystem: Connecting e-Participation Models and Open Government to Analyze Public Policies // *Governance Models for Creating Public Value in Open Data Initiatives*. Springer Nature Switzerland AG. 2019. p. 85-102.
- [38]Ju J., Liu L., Feng Y. Design of an O2O Citizen Participation Ecosystem for Sustainable Governance // *Information Systems Frontiers*. 2019. Vol. 21. P. 605–620.
- [39]Dawes S. S., Vidasova, L., Parkhimovich, O. Planning and designing open government data programs: An ecosystem approach // *Government Information Quarterly*. 2016. Vol. 33 (1). P. 15–27.
- [40]Vidasova L., Tensina I., Bershanskaya, E. Social Efficiency of E-participation Portals in Russia: Assessment Methodology // Alexandrov D., Boukhanovsky A., Chugunov A., Kabanov Y., Koltsova O. (Eds). *Digital Transformation and Global Society*. DTGS 2018. *Communications in Computer and Information Science*, vol 858. Springer, Cham, 2018. P. 51-62.
- [41]Chugunov A. V., Kabanov Y., Misnikov Y. Citizens versus the government or citizens with the government: a tale of two e-participation portals in one city-a case study of St. Petersburg, Russia // *Proceedings of the 10th International Conference on Theory and Practice of Electronic Governance*. 2017. P. 70-77.
- [42]Karyagin M. Russian Large Cities Authorities' Pages in Social Media: A Platform for Expert Communication? // *International Conference on Digital Transformation and Global Society*. 2016. P. 14-21.
- [43]Bodrunova S., Litvinenko A., Blekanov I. Please Follow Us: Media roles in Twitter discussions in the United States, Germany, France, and Russia // *Journalism Practice*. 2018. Vol. 12 (2). P. 177-203

- [44] Электронное участие: концептуализация и практика реализации в России / Под ред. А.В. Чугунова, О.Г. Филатовой. СПб.: Алетейя, 2020. 254 с.
- [45] E-Participation Index URL: <https://publicadministration.un.org/egovkb/en-us/About/Overview/E-Participation-Index> (дата обращения 05.03.2021).
- [46] Misnikov Y., Filatova O., Trutnev D. Empirical Modeling of e-Participation Services as Media Ecosystems // Social Computing and Social Media: Experience Design and Social Network Analysis. 2021. P. 87-10. DOI: 10.1007/978-3-030-77626-8_6
- [47] Postman N. Amusing ourselves to death: public discourse in the age of show business. Penguin Books, 2006. 211 p.

Electronic Participation Services in the Municipalities of St. Petersburg: Testing the Ecosystem Approach

Y.G. Misnikov¹, O.G. Filatova^{1,2}

¹ITMO University; ²Saint Petersburg State University

The paper examines empirically the state of e-participation services at the municipal level in St. Petersburg in relation to different media environment in which these services are technically embedded. Based on the study results, a three-part model of a possible ecosystem of electronic participation is built by combining three types of specific communication media: websites, social networks and messaging services (messengers). The reviewed literature demonstrates that the ongoing expansion of the Internet-based communication and interaction media can be holistically captured by applying an ecosystem approach to describe various modes of e-participation services. The study reveals that the municipality authorities are primarily interested in building one-way informational services at the expense of the services aimed at cooperation with citizens and to allow them to participate directly in decision-making. However, while informing resident is important, it is the local interaction services that are lacking. More research is needed -- by using a wider choice of case studies -- to better understand the extent to which residents of municipalities might be interested in such local services.

Keywords: e-participation, e-participation services, tools, media ecology, modeling, ecosystem approach

Reference for citation: Misnikov Y., Filatova O.G. Electronic Participation Services in the Municipalities of St. Petersburg: Testing the Ecosystem Approach // The State and Citizens in the Electronic Environment. Vol. 5 (Proceedings of the XXIV International Joint Scientific Conference «Internet and Modern Society», IMS-2021, St. Petersburg, June 24-26, 2021). - St. Petersburg: ITMO University, 2021. P. 92 – 113. DOI: 10.17586/2541-979X-2021-5-92-113

Reference

- [1] Vassil K., Weber T. A Bottleneck Model of E-voting. Why Technology Fails to Boost Turnout // New Media & Society. 2011. Vol. 13(8). P. 1336-1354. DOI:10.1177/1461444811405807.
- [2] Koulman S. Mozhet li internet ukrepit' demokratiyu? SPb.: Aletejya, 2018. 150 s. [In Russian].
- [3] Norris P. Digital divide: civic engagement, information poverty, and the Internet worldwide. Cambridge: Cambridge University Press. 2001. DOI: 10.1017/CBO9781139164887.
- [4] Morozov E. The Net Delusion: The Dark Side of Internet Freedom. N.Y.: Public Affairs, 2012. 432 p.
- [5] Castells M. The Rise of the Network Society. Oxford: Blackwell, 1996. 625 p.
- [6] van Dijk J. The network society: social aspects of new media. London: Sage, 2006. P. 189-192.

- [7] Webster F. *Theories of Information Society*. 3rd Edition. London: Routledge, 2006. 323 p.
- [8] Jones S.G. (Ed) *CyberSociety 2.0: revisiting computer-mediated communication and community*. London: SAGE Publications, 1998. 262 p.
- [9] Nunes M. What space is cyberspace? The Internet and virtuality // *Virtual Politics: Identity and Community in Cyberspace* / David Holmes (Ed). London: SAGE Publications, 1997. P. 163-178.
- [10] Wilhelm A. *Democracy in the Digital Age: Challenges to Political Life in Cyberspace*. Routledge, 2000. 199 p.
- [11] Resnick D. Politics on the Internet: The Normalization of Cyberspace // *The Politics of Cyberspace*, New York: Routledge, 1998. P. 48–68.
- [12] McConnaughey J. Access to the Information Superhighway // *The Social Shaping of Information Superhighways: European and American Roads to the Information Society*. New York: St. Martin's Press, 1997. P. 221–231.
- [13] Miller S.E. *Civilizing Cyberspace: Policy, Power and the Information Highway*. New York: ACM, 1996. 439 p.
- [14] Rheingold H. *The virtual community: homesteading on the electronic frontier* (revised edition) // Cambridge, MA and London, England: The MIT Press, 2000. 483 p.
- [15] Castells M. *The Internet galaxy: reflections on the Internet, business and society*. Oxford and New York: Oxford University Press, 2001. 311 p.
- [16] Poster M. *Cyberdemocracy: The Internet and the Public Sphere* // *Virtual Politics: Identity and Community in Cyberspace* / Holmes, D., (Ed). London: SAGE Publications, 1997. P. 212–228.
- [17] Flichy P. *The Internet Imaginaire*. MIT Press, Cambridge, London, 2007. 264 p.
- [18] Norris P. *Digital divide: civic engagement, information poverty, and the Internet worldwide*. Cambridge: Cambridge University Press, 2001. 312 p.
- [19] Gibson R., Ward S. A Proposed Methodology for Studying the Function and Effectiveness of Party and Candidate Web Sites // *Social Science Computer Review* 2000. Vol. 18 (3). P. 301–319.
- [20] Bach J., Stark D. Link, search, interact: the co-evolution of NGOs and interactive technology // *Theory, culture & society*. 2004. Vol. 21 (3). P. 101-117.
- [21] Filatova O.G. *Gosudarstvennye kommunikacii v cifrovoj publichnoj sfere Rossii*. SPb. // Aletejya, 2020. 347 s.
- [22] Hemphill L. Roback, A. Tweet acts: How constituents lobby congress via Twitter // *Proceedings of the 17th ACM conference on Computer supported cooperative work & social computing*, New York, NY: ACM, 2014. P. 1200-1210.
- [23] Rainie L., Smith A., Schlozman K., Brady H., Verba S. Social media and political engagement // *Pew Research: Internet Project*. 2012. URL: <https://www.pewresearch.org/internet/2012/10/19/social-media-and-political-engagement/> (дата обращения 05.03.2021).
- [24] Coleman S., Moss G. Under construction: the field of online deliberation research // *Journal of Information Technology & Politics*. 2012. Vol. 9 (1). P. 1-15.
- [25] Zúñiga H. G. de, Valenzuela S. Social Media Use for News and Individuals' Social Capital, Civic Engagement and Political Participation // *Journal of Computer-Mediated Communication*. 2012. Vol. 17 (3). P. 319-336.
- [26] Alarabiat A., Sá Soares D., Estevez, E. Municipalities e-Participation initiatives through Facebook: citizens perspective // *ICEGOV 2020: Proceedings of the 13th International Conference on Theory and Practice of Electronic Governance*. 2020. P. 551–559.
- [27] Kalogeropoulos A., Fletcher R., Nielsen K. News Brand Attribution in Distributed Environments: Do People Know Where They Get Their News? // *New Media & Society*. 2019. Vol. 21 (3). P. 583-601.
- [28] Newman N., Fletcher R., Nielsen K., Kalogeropoulos A. *Reuters Institute Digital News Report 2019* // Reuters Institute for the Study of Journalism, Oxford University. 2019. 155 p.

- [29]Park K-G., Han S., Kaid L.L. Does social networking service usage mediate the association between smartphone usage and social capital? // *New Media & Society*. 2013. Vol. 15 (7). P. 1077-1093.
- [30]Light B., Burgess J., Duguay S. The walkthrough method // *An approach to the study of apps*. 2018. Vol. 20 (3). P. 881-900.
- [31]Strate L. A Media Ecology Review // *Communications Research Review*. 2004. Vol. 23 (2). P. 3 – 48.
- [32]Scolari C. Media Ecology: Exploring the Metaphor to Expand the Theory // *Communication Theory*. 2012. Vol. 22 (2). P. 204-225.
- [33]Cali D. Mapping Media Ecology: Introduction to the Field. Peter Lang, 2017. 282 p
- [34]Beyond G.T. “Political” communicative spaces: Talking politics on the “Wife Swap” discussion forum // *Journal of Information Technology & Politics*. 2012. Vol.9 (1). P. 31–45.
- [35]Alarabiat A., Sá Soares D. Electronic Participation through Social Media // *ICEGOV '15-16: Proceedings of the 9th International Conference on Theory and Practice of Electronic Governance*. 2016. P. 191–194.
- [36]Nardi B., O’Day V. *Information Ecologies: Using Technology with Heart*. MIT Press. 2000. 251 p.
- [37]Santos L.G.M. Toward the Open Government Ecosystem: Connecting e-Participation Models and Open Government to Analyze Public Policies // *Governance Models for Creating Public Value in Open Data Initiatives*. Springer Nature Switzerland AG. 2019. p. 85-102.
- [38]Ju J., Liu L., Feng Y. Design of an O2O Citizen Participation Ecosystem for Sustainable Governance // *Information Systems Frontiers*. 2019. Vol. 21. P. 605–620.
- [39]Dawes S. S., Vidiasova, L., Parkhimovich, O. Planning and designing open government data programs: An ecosystem approach // *Government Information Quarterly*. 2016. Vol. 33 (1). P. 15–27.
- [40]Vidiasova L., Tensina I., Bershadsкая, E. Social Efficiency of E-participation Portals in Russia: Assessment Methodology // Alexandrov D., Boukhanovsky A., Chugunov A., Kabanov Y., Koltsova O. (Eds). *Digital Transformation and Global Society*. DTGS 2018. *Communications in Computer and Information Science*, vol 858. Springer, Cham, 2018. P. 51-62.
- [41]Chugunov A. V., Kabanov Y., Misnikov Y. Citizens versus the government or citizens with the government: a tale of two e-participation portals in one city-a case study of St. Petersburg, Russia // *Proceedings of the 10th International Conference on Theory and Practice of Electronic Governance*. 2017. P. 70-77.
- [42]Karyagin M. Russian Large Cities Authorities’ Pages in Social Media: A Platform for Expert Communication? // *International Conference on Digital Transformation and Global Society*. 2016. P. 14-21.
- [43]Bodrunova S., Litvinenko A., Blekanov I. Please Follow Us: Media roles in Twitter discussions in the United States, Germany, France, and Russia // *Journalism Practice*. 2018. Vol. 12 (2). P. 177-203
- [44]Elektronnoe uchastie: konceptualizaciya i praktika realizacii v Rossii. Pod red. CHugunova A.V., Filatovoj O.G. SPb.: Aletejya, 2020. 255 c.
- [45]E-Participation Index URL: <https://publicadministration.un.org/egovkb/en-us/About/Overview/E-Participation-Index> (дата обращения 05.03.2021).
- [46]Misnikov Y., Filatova O., Trutnev D. Empirical Modeling of e-Participation Services as Media Ecosystems // *Social Computing and Social Media: Experience Design and Social Network Analysis*. 2021. P. 87-10. DOI: 10.1007/978-3-030-77626-8_6
- [47]Postman N. *Amusing ourselves to death: public discourse in the age of show business*. Penguin Books, 2006. 211 p.