

Новая роль социальных сетей в контексте электронного взаимодействия власти и общества: кейс Ленинградской области

А. С. Метелева¹, О. Г. Филатова^{1,2}

¹ Университет ИТМО, ² Санкт-Петербургский государственный университет

metelyovalina@mail.ru, o.filatova@spbu.ru

Аннотация

Основываясь на реальных эмпирических данных, собранных на уровне муниципальных районов Ленинградской области, авторы анализируют состояние сервисов электронного участия в зависимости от той медийной среды, в которой эти сервисы реализованы, и делают выводы о новом положении социальных сетей в контексте коммуникации и власти, и общества. Анализируются три технически различных типа коммуникационных сред: веб-сайты, социальные сети и службы обмена сообщениями (мессенджеры). Дается обзор литературы и других источников, демонстрирующий изменения, происходящие в системе взаимодействия власти и общества с развитием социальных сетей. Представлена методология исследования, кейсы и результаты исследования, включая предлагаемую экосистему электронного участия в Санкт-Петербурге. Исследование показало, что власти муниципальных образований Ленинградской области уделяют внимание развёртыванию сервисов сотрудничества в среде социальных сетей. Однако местные сервисы взаимодействия с населением, кроме информирования и сотрудничества, отсутствуют.

Ключевые слова: электронное взаимодействие, сервисы электронного участия, медиаэкология, власть, общество

Библиографическая ссылка: Метелева А. С., Филатова О. Г. Новая роль социальных сетей в контексте электронного взаимодействия власти и общества: кейс Ленинградской области // Государство и граждане в электронной среде. Выпуск 7 (Труды XXVI Международной объединённой научной конференции «Интернет и современное общество», IMS-2023, Санкт-Петербург, 26–28 июня 2023 г. Сборник научных статей). — СПб: Университет ИТМО, 2023. С. 47–58. DOI: 10.17586/2541-979X-2023-7-47–58

1. Введение

Масштаб присутствия социальных сетей в повседневной жизни современных пользователей интернета сложно переоценить. По данным отчёта «Global Digital 2023», к началу текущего года количество пользователей социальных сетей во всём мире достигло 4,76 млрд человек, что составляет около 60% от общей численности населения планеты. Для России этот показатель достиг 106 млн пользователей, что примерно равно 73,3% от общей численности населения страны. Самой посещаемой социальной сетью в России назвали «ВКонтакте» (75,3% от общего количества интернет-пользователей России). Количество ежемесячных посетителей vk.com составило 81,18 млн человек, что соответствует более 56% от численности населения России и более 63% от общего числа интернет-пользователей в России [1].

Одновременно с этим к началу 2023 года увеличилось экранное время пользователей интернета во всём мире – на 7 минут каждый день или на 2,4% за год по сравнению с 2022

годом. 42,4% от общего экранного времени составила доля приложений для общения в социальных сетях [1]. При этом эксперты отмечают, что граница между «онлайн» и «офлайн» становится всё более условной: пользователи постепенно перестают чётко разделять своё присутствие в «реальной реальности» и присутствие в виртуальной реальности, они сливаются, переплетаются [2].

Все сферы общественной жизни — экономическая, политическая, социальная, духовная — в настоящее время так или иначе испытывают на себе влияние нового положения социальных сетей. Ещё более особый статус социальные сети получили в период пандемии COVID-19, когда неизбежность перехода в онлайн-пространство большинства офлайн-взаимодействий (в том числе между властью и обществом) стала очевидна.

На фоне глобального и национального роста популярности социальных сетей и экранного времени, проведённого в приложениях социальных сетей, роль социальных сетей в электронном взаимодействии власти и общества также актуализировалась. Коммуникация институтов государственной власти и граждан в социальных сетях активно развивается. Этот факт актуализирует необходимость анализа роли социальных медиа для более эффективного взаимодействия власти и общества. В настоящее время исследования в данном направлении активно проводятся в Центре технологий электронного правительства (ЦТЭП) Института дизайна и урбанистики Университета ИТМО (Санкт-Петербург) [3; 4], в частности, в сотрудничестве с Комитетом общественных коммуникаций Ленинградской области. Частично одно из таких исследований представлено в данной статье.

Авторы проанализировали электронную медиасреду, в которой осуществляется электронное взаимодействие власти и общества в районах Ленинградской области — помимо социальных сетей, анализировались сайты и мобильные приложения. Цель исследования — выяснить наличие и структуру онлайн-ресурсов, сервисов и инструментов конкретной территории, способствующих участию местных жителей в управленческих практиках и процессах. Выявлялись и фиксировались инструменты электронного участия, позволяющие властям и гражданам взаимодействовать в целях повышения уровня и масштаба участия последних в управлении, особенно в выработке политики развития территории. Основная гипотеза данного пилотного исследования заключалась в подтверждении идеи о преобладании такой онлайн-среды как социальные сети, в процессах современного электронного взаимодействия власти и общества, о чем свидетельствует анализ научной литературы и других источников.

2. Социальные сети как новая коммуникационная среда взаимодействия власти и общества: анализ трендов

Как отмечают исследователи, «социальные сети позволяют максимально сблизить власть и общество, предоставив наиболее удобную на сегодняшний день площадку для взаимовыгодной коммуникации» [5]. Так, для граждан открывается возможность принимать ещё более активное участие в государственном управлении путём высказывания мнений и предложений в соцсетях, то есть речь идёт о развитии концепции «участвующего управления» [6]. Для власти, в свою очередь, наполнение социальных сетей представляет интерес в качестве «индикатора состояния общественных отношений, фильтрующего смысловые оттенки и определяющего направление информационных потоков» [6]. Более того, исследователи считают, что взаимодействие власти и общества в социальных сетях способствует «горизонтальной структуризации общественных отношений, что является одной из предпосылок развития гражданского общества» [7].

Исключительное положение социальных сетей в системе государственных коммуникаций подчёркивают также изменения в законодательстве России: учреждение в каждом субъекте страны единых пунктов мониторинга и обработки данных Центр управления регионом (ЦУР), запуск автоматизированной системы мониторинга «Инцидент Менеджмент» (ориентированы на социальные сети) [8], обязанность государственных

органов с 1 декабря 2022 года вести официальные страницы (госпаблики) в социальных сетях [9].

Заместитель директора Департамента развития инфраструктуры электронного правительства Минцифры России Г. Н. Сташевская на X Всероссийском форуме региональной информатизации «ПРОФ-ИТ» (2022 г.) [10] отметила, что официальные страницы в социальных сетях демонстрируют охват и вовлечённость пользователей в разы больше, чем официальные сайты, что в том числе обуславливает нововведение в государственной коммуникации. Также среди преимуществ официальных страниц было названо следующее:

- интерактивность взаимодействия с гражданами;
- повышение степени доверия власти благодаря быстрой обратной связи, которую получают пользователи социальных сетей;
- привычность и простота процесса получения информации гражданами посредством социальных сетей;
- возможность осуществления коммуникации «без галстуков»;
- возможность мониторинга взаимодействия с гражданами в любой момент.

Последний пункт в списке раскрывает один из основных трендов в сфере электронного взаимодействия власти и общества сегодняшнего дня — анализ данных в социальных медиа. По мнению специалистов АНО «Диалог» («Диалог» — оператор цифрового диалога между властью и обществом [11]) его значимость для госуправления определяется рядом потребностей:

- быстро выявлять проблемы в социальной сфере;
- строить клиентоцентричное государство;
- оценивать эффективность принятых и актуальность потенциальных управленческих решений;
- изучать социальные настроения в электоральный период;
- отслеживать контент, нарушающий законодательство и создающий барьеры для коммуникации власти и общества (фейки, вбросы и пр.) и пр. [14].

Заместитель генерального директора АНО «Диалог» Лиля Муртазаева определяет роль медиааналитики как инструмента, который может положительно влиять на скорость принятия управленческих решений и их продуманность, а также помогать с систематизацией и накоплением данных для последующей работы [13].

Нововведённые ЦУР и система «Инцидент-менеджмент» представляют собой именно инструменты мониторинга. По сообщению Г. Н. Сташевской на семинаре «Электронное участие в регионах России 2020–2022 гг.: состояние и перспективы» (2022 г.), мониторинг социальных сетей с помощью системы «Инцидент-менеджмент» позволил быстрее реагировать на инциденты — в 2022 году гражданин получал первичную реакцию от ведомства менее чем за четыре часа. Это стало возможным в силу автоматизированности системы: социальные сети подвергаются мониторингу непрерывно, а инциденты, требующие реакции органов власти, оперативно отбираются [14].

Актуальность анализа данных социальных сетей для госсектора обусловила проведение в апреле 2023 года первого форума об аналитике соцмедиа «Brand Analytics Forum 2023» [15], организованного специально для представителей российской государственной власти. По словам одного из спикеров форума, начальника управления мониторинга и медиааналитики АНО «Диалог» Юлии Тян, «анализ медиаполя помогает должностным лицам увидеть фактическое состояние проблем в разрезе постоянно поступающей обратной связи от жителей регионов» [13]. Это позволяет скорректировать курс внутренней работы ведомств. Так, в 2022 году аналитика, осуществляемая ЦУР всех регионов России, поспособствовала принятию 1389 системных решений [13]. Это значит, что сегодня мы уже можем говорить об активном использовании медиааналитики в процессе принятия управленческих решений.

Итак, существует много примеров активизации как деятельности структур ЦУР [16], так и научных работ в области исследования данных из социальных сетей [17; 18]. Исследования свидетельствуют, что социальные сети играют ключевую роль в цифровизации социальных отношений [19]. Комплексность и глобальность процесса цифровизации успешно поддерживается универсальностью, повсеместностью и доступностью социальных сетей.

В целом развитие социальных сетей как коммуникационных сервисов для общения в Интернете позволяет говорить о формировании новой удобной коммуникационной среды взаимодействия власти и общества [20] и формировании новых направлений исследований, связанных с изучением влияния интернет-технологий на социальное взаимодействие и рост социального капитала [21; 22].

Продемонстрируем это на примере исследования коммуникационной среды Ленинградской области.

3. Анализ медиаресурсов и инструментов электронного взаимодействия власти и общества в Ленинградской области

В качестве теоретической основы исследования мы опирались на медиаэкологический подход, получивший развитие благодаря трудам Маршалла Маклюэна [23]. Этот подход позволяет более системно выявлять и анализировать инструменты электронного взаимодействия при учёте типа медиасреды, в которую они встроены, и он уже показал свою эффективность в предыдущих исследованиях и публикациях авторов [24].

На первом этапе исследования были отобраны электронные ресурсы взаимодействия власти и общества на уровне каждого муниципального района Ленинградской области в соответствии с типом онлайн-среды (интернет-сайты, соцсети, мобильные приложения), к которой они относятся и их статусом (официальные (созданные властями), общественные (созданные гражданами, группами граждан), личные (созданные частными лицами)).

На втором этапе исследования изучался каждый ресурс с опорой на хорошо известную модель электронного участия ООН [25]. Модель была немного видоизменена с выделением следующих инструментов электронного взаимодействия и соответствующих сервисов (или видов электронного взаимодействия): информирование, сотрудничество, делиберация, принятие решений. Наличие сайта, страницы в социальных сетях или канала в мобильном приложении считалось как один отдельный сервис, автоматически классифицируемый как информирование. В случае имеющихся других разделов, созданных для организации консультаций, дискуссий или проведения голосования, они оценивались как сервис сотрудничества, делиберации или принятия решений¹. При этом «информирование» было исключено при окончательном подсчёте, так как инструменты этого типа в настоящее время используются в медиаресурсах любой принадлежности и любой онлайн-среды.

Далее каждому медиаресурсу присваивалось определённое количество баллов, которое он набрал в силу предоставления того или иного инструмента электронного участия. Данные заносились в Excel-таблицы для удобства подсчёта.

Всего в Ленинградской области (включающей 17 муниципальных районов и 1 городской округ) было выявлено 159 медиаресурсов (табл. 1).

¹ При этом простое размещение на интернет-сайте, например, протоколов общественных слушаний считалось инструментом информирования, а не сотрудничества, поскольку отсутствует специализированный инструмент, позволяющий организовывать такие слушания в онлайн-режиме и соответственно не позволяющий жителям удалённо участвовать в обсуждениях.

Таблица 1. Общее количество медиаресурсов в Ленинградской области

Тип онлайн-среды	Статус принадлежности медиаресурсов			Всего
	Официальные	Общественные	Личные	
Интернет-сайты	22	6	0	28
Социальные сети	32	36	22	90
Мобильные приложения	15	14	12	41
Всего	69	56	34	159

69 (44%) из выявленных медиаресурсов являются официальными, 56 (35%) — общественными и 34 (21%) — личными (рис. 1).

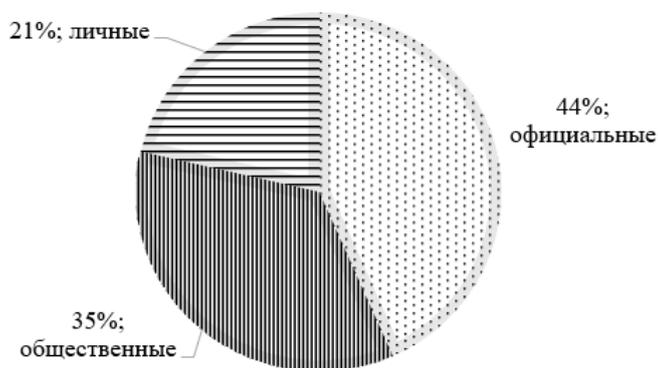


Рис. 1. Распределение медиаресурсов по статусу принадлежности

28 медиаресурсов (18%) относятся к среде интернет-сайтов, 90 (56%) — социальных сетей, 41 (26%) — мобильных приложений (рис. 2).

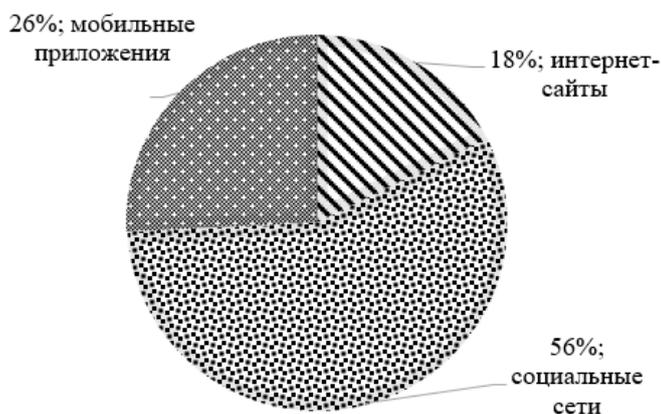


Рис. 2. Распределение медиаресурсов по типу онлайн-среды

Среди интернет-сайтов 22 медиаресурса (79%) являются официальными, 6 (21%) — общественными и 0 (0%) — личными. Медиаресурсы в среде социальных сетей распределились следующим образом: 32 (36%) — официальные, 36 (40%) — общественные и 22 (24%) — личные (рис. 3). В среде мобильных приложений 15 медиаресурсов (37%) являются официальными, 14 (34%) — общественными и 12 (29%) — личными.

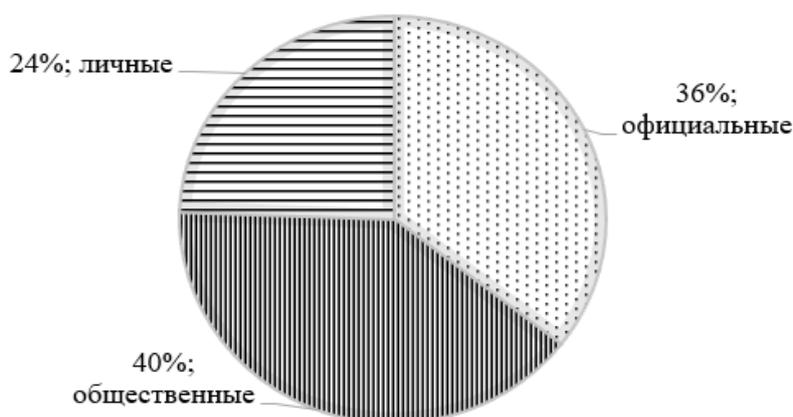


Рис. 3. Распределение медиаресурсов по статусу принадлежности в среде социальных сетей

Таким образом, по большей части медиаресурсы являются официальными, то есть созданными властями. Это преимущество возможно благодаря почти абсолютной монополии официальных медиаресурсов в среде интернет-сайтов. Одновременно с этим в среде социальных сетей наибольшее количество медиаресурсов является общественными, а среда мобильных приложений практически в равных долях состоит из официальных и общественных медиаресурсов и отчасти — из личных медиаресурсов. Количество медиаресурсов в социальных сетях для всех типов принадлежности оказалось преобладающим.

Далее рассмотрим результаты анализа относительно типов сервиса инструментов электронного участия.

Всего в Ленинградской области доступно 178 инструментов электронного участия (без учёта инструментов сервиса типа информирование) (табл. 2).

Таблица 2. Общее количество инструментов электронного участия в Ленинградской области

Тип сервиса инструментов	Статус принадлежности медиаресурсов			Всего
	Официальные	Общественные	Личные	
Сотрудничество	74	53	13	140
Делиберация	3	25	5	33
Принятие решений	4	0	1	5
Всего	81	78	19	178

Практически в равных долях инструменты электронного участия доступны на официальных (81; 45%) и общественных (78; 44%) медиаресурсах, частично — на личных медиаресурсах (19; 11%).

По типу сервиса подавляющее количество инструментов (140; 79%) относится к сотрудничеству, 33 медиаресурса (18%) — к делиберации, 5 (3%) — к принятию решений (рис. 4). Для всех сред преобладающим типом взаимодействия стало сотрудничество, наименее заметным — принятие решений.

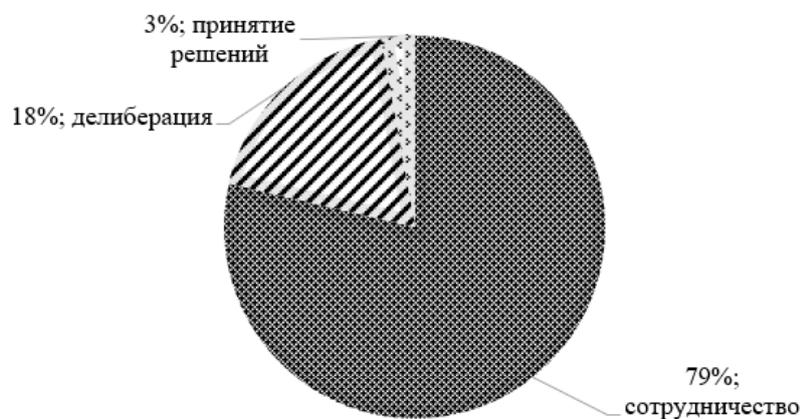


Рис. 4. Распределение инструментов электронного взаимодействия по типу сервиса

Среди инструментов официальных медиаресурсов (рис. 5) значительно преобладает сотрудничество (74; 91%), минимально представлены делиберация (3; 4%) и принятие решений (4; 5%).

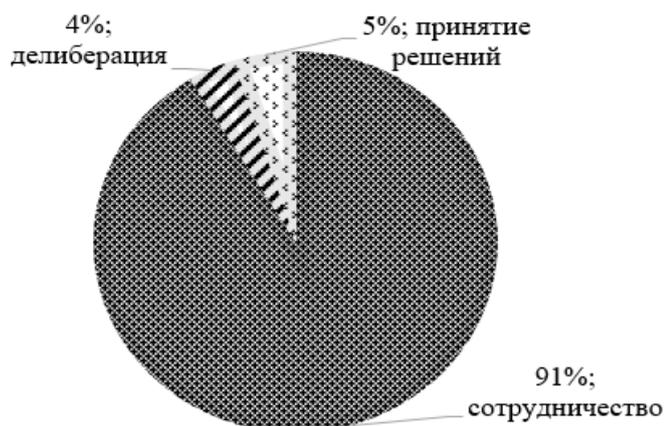


Рис. 5. Распределение инструментов по типу сервиса среди официальных медиаресурсов

В данном случае «сотрудничество» представлено в основном возможностью граждан подать обращение по местным проблемам в формате «единого окна» (для интернет-сайтов это интернет-приёмные, для социальных сетей и мобильных приложений — доступность функций написать сообщение и/или оставить комментарий). Делиберативное взаимодействие доступно на тех медиаресурсах, где гражданам предлагается обсудить конкретные примеры местных инициативных бюджетов или где граждане могут вступить в дискуссии по местным вопросам, которые инициированы другими жителями территории. Сервис «принятие решений» на официальных медиаресурсах находит выражение в голосованиях по местным вопросам (например, опрос в сообществе Администрации Тихвинского района в социальной сети «ВКонтакте» о том, как гражданам удобнее платить за отопление: равномерно весь год или только в отопительный сезон).

Среди инструментов общественных медиаресурсов (рис. 6) сотрудничество также является преобладающим (53; 68%), менее представлен сервис делиберация (25; 32%), не представлен вовсе сервис принятие решений (0; 0%).

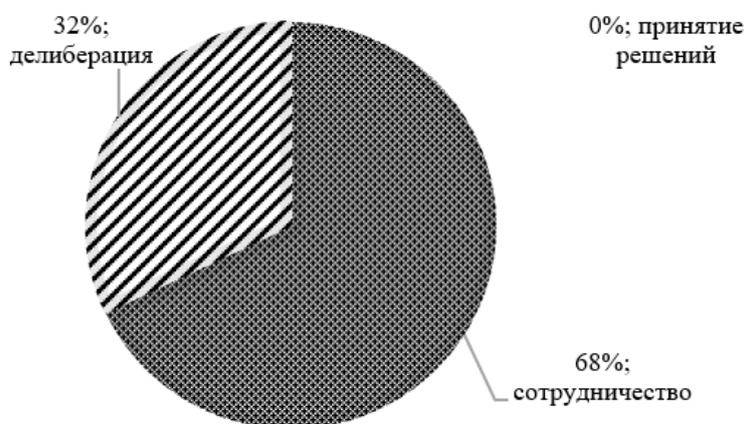


Рис. 6. Распределение инструментов по типу сервиса среди общественных медиаресурсов

Сотрудничество в социальных сетях, созданных общественностью, чаще всего находит выражение в таких инструментах, как участие в опросах по местным вопросам (например, голосование в сообществе Кировского района за наиболее востребованный график движения нового автобуса и участие в подготовке местных новостей (обычно с помощью функции «Предложить новость»). Инструменты делиберативного взаимодействия в большинстве случаев представляют собой участие в дискуссиях по местным вопросам, которые инициированы жителями. Нельзя не отметить, что общественностью делиберативный потенциал социальных сетей используется в 8 раз больше.

Среди инструментов личных медиаресурсов 13 (69%) относится к типу сервиса сотрудничество, 5 (26%) — к типу сервиса делиберация, 1 (5%) — к типу сервиса принятие решений. В этом случае инструменты сотрудничества представляют собой, в первую очередь, возможность граждан написать сообщение частному лицу или прокомментировать его запись. Сервис делиберация в основном представлен участием граждан в дискуссиях, которые инициированы жителями, а единственный пример доступности инструмента сервиса «принятие решений» — это голосование по местному вопросу.

По-видимому, преобладание такой онлайн-среды, как социальные сети, для медиаресурсов любого статуса обусловлено рядом причин:

- для представителей органов государственной власти установлена обязанность создавать официальные страницы как в социальной сети «ВКонтакте», так и в социальной сети «Одноклассники», что увеличивает количество страниц в соцсетях;
- для граждан формат сообщества в социальных сетях является наиболее привычным способом взаимодействия между собой, а в последние годы — и с властью;
- частные лица (в нашем исследовании — исключительно должностные лица) стремятся поддерживать связь с гражданами и коллегами именно на тех платформах, которые наиболее популярны у населения.

4. Заключение

В целом общепризнанность социальных сетей по итогам нашего исследования подтверждает мировые тенденции и обуславливает необходимость дальнейшего анализа социальных медиа в контексте электронного взаимодействия власти и общества.

Наименьшая представленность такой онлайн-среды, как мобильные приложения свидетельствует о непопулярности каналов в мессенджере Telegram, чат-ботов и специализированных приложений для электронного взаимодействия региональной власти

и общества. Более того, использование мобильных приложений в этих целях не декларировано законом, в отличие от социальных сетей.

Среда интернет-сайтов, в свою очередь, в большей степени характерна для размещения официальных медиаресурсов, так как создание интернет-сайтов органов государственной власти также является обязательным. В то же время идея использования интернет-сайтов для общения между гражданами постепенно теряет свою популярность (в отличие от прошлых лет, когда были популярны форумы).

Тот факт, что медиаресурсы в меньшей степени являются личными, нежели официальными или общественными, говорит о недостаточной популярности в региональной практике идеи ведения должностными лицами собственных страниц.

Типы инструментов электронного взаимодействия власти и общества, доступных во всех типах онлайн-среды, ранжируются единым образом: больше всего инструментов сотрудничества, меньше — делиберации, ещё меньше — принятия решений. То есть электронное взаимодействие власти и общества в Ленинградской области в незначительной степени ориентировано на непосредственное участие граждан в принятии решений и делиберацию, хотя нельзя не отметить высокий потенциал такого двустороннего взаимодействия, подразумевающего обратную связь со стороны жителей региона, как сотрудничество. Дополнительные исследования необходимы для лучшего понимания, в какой степени жители муниципальных образований могут быть заинтересованы в таких местных сервисах на примере более широкой выборки и на других регионах.

Распространённость же всех типов инструментов электронного взаимодействия власти и общества в среде социальных сетей всех статусов принадлежности дополнительно подтверждает идею удобства и актуальности социальных сетей для всестороннего эффективного взаимодействия власти и общества. Этому способствуют разнообразие функций, доступных в социальных сетях, популярность социальных сетей у населения и новое положение социальных сетей в контексте цифровой трансформации в России.

Исследование выполнено за счёт гранта Российского научного фонда № 22-18-00364 «Институциональная трансформация управления электронным участием в России: исследование региональной специфики» (<https://rscf.ru/project/22-18-00364/>).

Литература

- [1] Digital 2023: Global overview report // DataReportal. URL: <https://datareportal.com/reports/digital-2023-global-overview-report> (дата обращения: 29.04.2023).
- [2] Социальные сети и интернет: взгляд социолога // Арзамас. URL: <https://arzamas.academy/materials/955> (дата обращения: 29.04.2023).
- [3] Nizomutdinov B., Uglova A. Application of data from social networks for value-based management of city development programs // ICEGOV 2021: 14th International Conference on Theory and Practice of Electronic Governance October 2021. P. 520–522.
- [4] Nizomutdinov B., Filatova O. Testing Methods for Processing Comments from Telegram Channels and Public VKontakte to Analyze the Social Media // International Journal of Open Information Technologies. 2023. Vol. 11, № 5. P. 137–145.
- [5] Осипова О. С., Багдасарова Р. А., Лукушин В. А. Современные медиа как инструмент совершенствования диалога власти и общества // Гуманитарные науки. Вестник Финансового университета. 2021. № 11 (1). С. 20–28.
- [6] Василенко Л. А., Зотов В. В., Захарова С. З. Использование потенциала социальных медиа в становлении участвующего управления // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Социология. 2020. Т. 20, № 4. С. 864–876.
- [7] Бодрова Е. А. Взаимодействие органов государственного управления и общественности в условиях цифровой трансформации // Управление и цифровизация: национальное и

- региональное измерение. Брянск: Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского, 2021. С. 10–14.
- [8] Закон Российской Федерации «О внесении изменений в Федеральный закон "Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления" и статью 10 Федерального закона "Об обеспечении доступа к информации о деятельности судов в Российской Федерации"» от 16.11.2020 № 270-ФЗ // Гарант. 2022.
- [9] Распоряжение Правительства Российской Федерации от 02.09.2022 № 2523-Р // Гарант. 2022.
- [10] ПРОФ-ИТ 2022 Санкт-Петербург // ПРОФ-ИТ URL: <https://prof-it.d-russia.ru/istoriya/2022/> (дата обращения: 29.04.2023).
- [11] Диалог // Диалог. Цифровые коммуникации URL: <https://dialog.info/about/ano-dialog/> (дата обращения: 29.04.2023).
- [12] «Диалог» – партнер Brand Analytics Forum 2023 // Диалог. Цифровые коммуникации URL: <https://prof-it.d-russia.ru/istoriya/2022/> (дата обращения: 29.04.2023).
- [13] Анализ соцмедиа – ключ к трансформации госуправления // Диалог. Цифровые коммуникации URL: <https://dialog.info/strong-analiz-socmedia-kljuch-k-transformacii-gosupravleniya-strong/> (дата обращения: 29.04.2023).
- [14] О текущем развитии платформы обратной связи (ПОС) // Центр технологий электронного правительства Института дизайна и урбанистики Национальный исследовательский Университет ИТМО URL: https://news.egov.itmo.ru/photo/documents/ims_2022_ws_monitoring_stashevskaya.pdf (дата обращения: 29.04.2023).
- [15] Brand Analytics Forum 2023. Аналитика соцмедиа для государства // Brand Analytics Forum 2023 URL: <https://ba-forum.ru/#about> (дата обращения: 29.04.2023).
- [16] Диалог. Цифровые коммуникации. URL: <https://dialog.info/> (дата обращения: 02.05.2023).
- [17] Год без Meta: что изменилось в интернет-коммуникации российских губернаторов // Полилог. Экспертиза URL: https://t.me/polylog_expertise/554 (дата обращения: 02.05.2023).
- [18] Как аналитика соцмедиа меняет города // Brand Analytics URL: <https://br-analytics.ru/blog/social-media-analytics-changing-cities/> (дата обращения: 02.05.2023).
- [19] Сабыров Н. Б. Роль социальных сетей в цифровизации социальных отношений // Вестник экспертного совета. 2022. № 1 (28). С. 82–86.
- [20] Белый В. А., Видясова Л. А., Чугунов А. В. Электронная среда взаимодействия власти и граждан в современном мегаполисе // Вестник Санкт-Петербургского университета. Социология. 2022. №2. С. 105–122.
- [21] Li S., Modi P., Wu M., Chen C. H. S., Nguyen B. Conceptualising and validating the social capital construct in consumer-initiated online brand communities (COBCs) // Technological Forecasting and Social Change. 2019. Vol. 139. P. 303–310.
- [22] Жуковская О. Ю. Социальный капитал и социальные сети в условиях цифровизации: взаимовлияние и особенности реализации // Цифровая трансформация. 2020. № 4. С. 21–33. DOI: 10.38086/2522-9613-2020-4-21-33.
- [23] Маклюэн М. Понимание медиа. — М.: Кучково поле, 2011.
- [24] Мисников Ю. Г., Филатова О. Г. Инфраструктура электронного участия на уровне муниципальных образований Санкт-Петербурга: медиаэкологический подход // Государство и граждане в электронной среде. 2022. № 6. С. 72–84.
- [25] Citizens as Partners: OECD Handbook on Information, Consultation and Public Participation in Policy-Making. – OECD Publishing, Paris, 2001.

The New Role of Social Networks in the Context of Electronic Interaction between Government and Society: Case of the Leningrad Region

Alina S. Meteleva¹, Olga G. Filatova^{1,2}

¹ ITMO University, ² St. Petersburg State University

Based on real empirical data collected at the level of municipal districts of the Leningrad region, the authors analyze the state of e-participation services depending on the media environment in which these services are implemented and draw conclusions about the new position of social networks in the context of communication and government and society. Three technically different types of communication environments are analyzed: websites, social networks and messaging services (messengers). A review of literature and other sources is given, demonstrating the changes taking place in the system of interaction between government and society with the development of social networks. The methodology of the study, cases and results of the study, including the proposed ecosystem of electronic participation in St. Petersburg, are presented. The study showed that the authorities of the municipalities of the Leningrad region pay attention to the deployment of cooperation services in the environment of social networks. However, there are no local services for interaction with the population, except for information and cooperation.

Keywords: electronic interaction, electronic participation services, media ecology, government, society

Reference for citation: Meteleva A. S., Filatova O. G. The New Role of Social Networks in the Context of Electronic Interaction between Government and Society: Case of the Leningrad Region // The State and Citizens in the Electronic Environment. Vol. 7 (Proceedings of the XXVI International Joint Scientific Conference «Internet and Modern Society», IMS-2023, St. Petersburg, June 26–28, 2023). — St. Petersburg: ITMO University, 2023. P. 47–58. DOI: 10.17586/2541-979X-2023-7-47–58

Reference

- [1] Digital 2023: Global overview report // DataReportal URL: <https://datareportal.com/reports/digital-2023-global-overview-report> (access date: 29.04.2023).
- [2] Social'nye seti i internet: vzglyad sociologa // Arzamas URL: <https://arzamas.academy/materials/955> (access date: 29.04.2023). (In Russian)
- [3] Nizomutdinov B., Uglova A. Application of data from social networks for value-based management of city development programs // ICEGOV 2021: 14th International Conference on Theory and Practice of Electronic Governance October 2021. P. 520–522.
- [4] Nizomutdinov B., Filatova O. Testing Methods for Processing Comments from Telegram Channels and Public VKontakte to Analyze the Social Media // International Journal of Open Information Technologies. - 2023. - Vol 11, No 5. - P. 137-145.
- [5] Osipova O. S., Bagdasarova R. A., Lukushin V. A. Sovremennye media kak instrument sovershenstvovaniya dialoga vlasti i obshchestva // Gumanitarnye nauki. Vestnik Finansovogo universiteta. 2021. №11 (1). S. 20–28. (In Russian)
- [6] Vasilenko L. A., Zotov V. V., Zaharova S. Z. Ispol'zovanie potenciala social'nyh media v stanovlenii uchastvuyushchego upravleniya // Vestnik Rossijskogo universiteta druzhby narodov. Seriya: Sociologiya. - 2020. - T. 20, № 4. - S. 864–876. (In Russian)
- [7] Bodrova E. A. Vzaimodejstvie organov gosudarstvennogo upravleniya i obshchestvennosti v usloviyah cifrovoj transformacii // Upravlenie i cifrovizaciya: nacional'noe i regional'noe izmerenie. - Bryansk: Bryanskij gosudarstvennyj universitet imeni akademika I.G. Petrovskogo, 2021. S. 10–14. (In Russian)

- [8] Zakon Rossijskoj Federacii "O vnesenii izmenenij v Federal'nyj zakon "Ob obespechenii dostupa k informacii o deyatel'nosti gosudarstvennyh organov i organov mestnogo samoupravleniya" i stat'yu 10 Federal'nogo zakona "Ob obespechenii dostupa k informacii o deyatel'nosti sudov v Rossijskoj Federacii" ot 16.11.2020 № 270-FZ // Garant. – 2022. (In Russian)
- [9] Rasporyazhenie Pravitel'stva Rossijskoj Federacii ot 02.09.2022 № 2523-R // Garant. 2022. (In Russian)
- [10] PROF-IT 2022 Sankt-Peterburg // PROF-IT URL: <https://prof-it.d-russia.ru/istoriya/2022/> (access date: 29.04.2023). (In Russian)
- [11] «Dialog» // Dialog. Cifrovye kommunikacii. URL: <https://dialog.info/about/ano-dialog/> (access date: 29.04.2023). (In Russian)
- [12] «Dialog» — partner Brand Analytics Forum 2023 // Dialog. Cifrovye kommunikacii URL: <https://prof-it.d-russia.ru/istoriya/2022/> (access date: 29.04.2023). (In Russian)
- [13] Analiz socmedia – klyuch k transformacii gosupravleniya // Dialog. Cifrovye kommunikacii URL: <https://dialog.info/strong-analiz-socmedia-kljuch-k-transformacii-gosupravleniya-strong/> (access date: 29.04.2023). (In Russian)
- [14] O tekushchem razvitii platformy obratnoj svyazi (POS) // Centr tekhnologij elektronnoho pravitel'stva Instituta dizajna i urbanistiki Nacional'nyj issledovatel'skij Universitet ITMO URL: https://news.egov.itmo.ru/photo/documents/ims_2022_ws_monitoring_stashevskaya.pdf (access date: 29.04.2023). (In Russian)
- [15] Brand Analytics Forum 2023. Analitika socmedia dlya gosudarstva // Brand Analytics Forum 2023 URL: <https://ba-forum.ru/#about> (access date: 29.04.2023). (In Russian)
- [16] Dialog. Cifrovye kommunikacii. URL: <https://dialog.info/>. (In Russian)
- [17] God bez Meta*: chto izmenilos' v internet-kommunikacii rossijskih gubernatorov // Polilog. Ekspertiza URL: https://t.me/polylog_expertise/554 (access date: 02.05.2023). (In Russian)
- [18] Kak analitika socmedia menyaet goroda // Brand Analytics URL: <https://brand-analytics.ru/blog/social-media-analytics-changing-cities/> (access date: 02.05.2023). (In Russian)
- [19] Sabyrov N. B. Rol' social'nyh setej v cifrovizacii social'nyh otnoshenij // Vestnik ekspertnogo soveta. 2022. №1 (28). S. 82–86. (In Russian)
- [20] Belyj V. A., Vidyasova L. A., CHugunov A. V. Elektronnaya sreda vzaimodejstviya vlasti i grazhdan v sovremennom megapolise // Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta. Sociologiya. 2022. №2. S. 105–122. (In Russian)
- [21] Li S., Modi P., Wu M., Chen C. H. S., Nguyen B. Conceptualising and validating the social capital construct in consumer-initiated online brand communities (COBCs) // Technological Forecasting and Social Change. 2019. Vol. 139. P. 303–310.
- [22] ZHukovskaya O. YU. Social'nyj kapital i social'nye seti v usloviyah cifrovizacii: vzaimovliyanie i osobennosti realizacii // Cifrovaya transformaciya. 2020. № 4. S. 21–33. DOI: 10.38086/2522-9613-2020-4-21-33. (In Russian)
- [23] Maklyuen M. Ponimanie media. – M.: Kuchkovo pole, 2011. (In Russian)
- [24] Misnikov YU. G., Filatova O. G. Infrastruktura elektronnoho uchastiya na urovne municipal'nyh obrazovanij Sankt-Peterburga: mediaekologicheskij podhod // Gosudarstvo i grazhdane v elektronnoj srede. 2022. №6. S. 72–84. (In Russian)
- [25] Citizens as Partners: OECD Handbook on Information, Consultation and Public Participation in Policy-Making. - OECD Publishing, Paris, 2001.