

Секция «Большие данные и искусственный интеллект в государственном и корпоративном управлении»

Сравнительный анализ активности органов государственной власти в социальных сетях

Научный руководитель – Шевцова Инесса Витальевна

Сиротина Анастасия Алексеевна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет государственного управления, Кафедра математических методов и информационных технологий в управлении, Москва, Россия

E-mail: SirotninaAA@spa.msu.ru

Введение

Социальные сети уже не первый год являются самым популярным и востребованным источником получения информации в обществе [5].

С их помощью люди быстро и эффективно обмениваются самыми разными новостями и событиями, что особенно актуально для нашей страны, учитывая ее географическую протяженность, разнородность населения и т.д. Соц. сети позволяют формировать сообщества людей в интернете, преодолевая барьеры часовых поясов и расстояний.

Эффективность и преимущества такого рода коммуникаций оценили органы государственной власти, поскольку социальные сети могут сформировать уникальный способ взаимодействия между чиновниками и целевой аудиторией общества, при этом оперативно получая обратную связь. Начиная с 2016г. федеральные органы исполнительной власти (далее ФОИВ) значительно увеличили активность в социальных сетях.

Цель исследования выявить общие характеристики официальных страниц ФОИВ в социальных сетях.

Область исследования - раскрытие информации о деятельности органов ФОИВ в Интернет.

Предмет исследования - официальные страницы ФОИВ в социальных сетях.

Описание исследования страниц (ФОИВ)

Для исследования были выбран ряд официальных страниц ФОИВ: Министерство обороны РФ, Министерство здравоохранения РФ, Министерство спорта РФ, Министерство просвещения РФ и Министерство науки и высшего образования РФ. Данные ФОИВ представляют все области государственного управления и информация о них интересна как деловому сообществу, так и гражданам.

Для исследования была выбрана соц. сеть «ВКонтакте» поскольку в России она является одной из самых популярных и ежегодно лидирует по количеству публикуемых сообщений [6]. Анализ страниц проводился на основании выборки и исследовал несколько основных критериев: частота и характер публикуемых материалов, информацию о целевой аудитории: пол, возраст, страна и город проживания. На основании этой информации проводилось сравнение между страницами и исследование их развития.

Обсуждение результатов исследования

Из всех исследуемых страниц наиболее популярной оказалась страница Министерства Обороны (380k+ подписчиков). Самой малочисленной группой является страница Министерство науки и высшего образования, но это связано с тем, что само ведомство было сформировано лишь в 2018 году.

Во всех страницах прослеживается стабильный рост подписчиков, увеличение ежегодного количества публикаций, число их просмотров и комментариев. Вводятся новые

способы взаимодействия (например, обсуждения), а также новый контент, включающий в себя информацию не только о работе ведомств, но и более интересные для массовой аудитории новости.

Целевая аудитория отличается по процентному соотношению полов и среднему возрасту, что показывает уникальность и специфику информации, предоставляемую различными ФОИВ, однако все результаты указывают на довольно широкий список городов и стран, что подтверждает широкий интерес общества.

Заключение

Официальные страницы являются востребованным и удобным инструментом коммуникации. Большие данные социальных сетей - информационный ресурс, который позволит улучшить управление коммуникацией ФОИВ с гражданами. Результаты анализа показали, что активность ФОИВ в соц. сетях растет, растет востребованность информации о ФОИВ со стороны пользователей соц. сетей. За последний год выросло количество подписчиков на официальные страницы в соц. сетях ФОИВ. Это говорит о том, что гражданам удобно использовать соц. сети не только для получения развлекательной информации и личного общения, но и для получения информации о деятельности органов ФОИВ.

Источники и литература

- 1) Дудихин В. В., Шевцова И. В. Умное управление — управление с использованием искусственного интеллекта// Государственное управление. Электронный вестник (Электронный журнал). — 2020.— № 81. — С.49-65
- 2) Гончарова Л. Г., Трубин А.Е. SMM-технологии в управлении коммуникационной политикой региональных органов власти// Материалы национальной (всероссийской) научно-практической конференции «Комплексное развитие территориальных систем и повышение эффективности регионального управления в условиях цифровизации экономики» Орел, 2018 год.
- 3) Киселева А.М., Шпак Е.А. Социальные сети в процессе коммуникации между властью и обществом// Вопросы Управления (журнал). 2015. №6(18).
- 4) Khasawneh R.T. E-Government and social media sites: the role and impact // World Journal of Computer Application and Technology. 2013. № 1(1).
- 5) Медиа потребление в России – 2018. Исследовательский центр компании «Делойт» в СНГ. - <https://www2.deloitte.com/ru/ru/pages/technology-media-and-telecommunications/articles/media-consumption-in-russia.html> (Электронный ресурс, дата обращения 03.03.2021г.)
- 6) Результаты Brand Analytics на момент осени 2020 года: <https://drive.google.com/file/d/1L51qJJYysVOHig2WaUtKC61ZvxXPA0ts/view> (Электронный ресурс, дата обращения 03.03.2021г.)