СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ НАУКИ

УДК 32.019.52 : 316.628

М.М. Петрова, Д.Н. Долганов, Л.И. Законнова, И.Ю. Верчагина

ОСВЕДОМЛЕННОСТЬ О СИСТЕМАХ ЭЛЕКТРОННЫХ УСЛУГ И ЭЛЕКТРОННОГО ПРАВИТЕЛЬСТВА КАК МЕТАМОТИВАЦИОННЫЙ ПРОЦЕСС

Развитие систем электронных услуг в России в последние годы является одной из приоритетных задач, обозначенных правительством РФ. Однако оно невозможно без активного участия пользователей, в связи с чем и возникает ряд вопросов*. Насколько распространенными являются электронные услуги? Насколько осведомлены граждане о возможности их получения? Что является фактором, побуждающим человека к использованию электронных систем?

Исследуя вопрос о побудительных силах социального поведения, мы рассматриваем два уровня протекания мотивационных процессов. Первый уровень – непосредственная мотивация. Он включает в себя непосредственные побудители в форме потребностей. Второй уровень – метамотивация: состояния и процессы, которые оказывают регулятивное воздействие на формирование и реализацию непосредственных мотивов.

Понятие метамотивации определяется как «поведение, вдохновленное высоким развитием представлений о ценностях и потребностях. Обычно такое поведение свойственно самоактуализирующимся людям» [6]. Подобное определение, связанное с процессом самоактуализации, а также проявляющееся в виде мотивации достижения, берет начало в работах А. Маслоу и встречается в [5, 3, 7- 9]. Однако метамотивация не может быть сведена только к самоактуализации и достижениям. А.В. Карпов, И.М. Скитяева убедительно продемонстрировали, что существуют первичные и вторичные процессы организации психической деятельности [3]. В данном смысле – метамотивация есть вторичный процесс, суть которого сводится к регуляции мотивации.

Метарегулятивная природа осведомленности определяется положением данного процесса в структуре мотива. Е.П. Ильин описывает структуру мотива, состоящую из трех блоков. Потребностный блок, как следует из названия, соответствует потребностям, лежащим в основе мотива. Блок «внутреннего фильтра» включает различные компоненты, оказывающие регулирующее воздействие и корректирующее мотивацию. Целевой блок проявляется в опредмеченном действии и цели [2]. Таким образом, осведомленность и сформированность представлений являются содержанием внутреннего фильтра и тем самым оказывают регулятивное воздействие на мотивацию. Следовательно, предложенная методологическая позиция, используемая в анализе данных социологического исследования, позволит более полно понять готовность респондентов к реализации различных форм социального поведения.

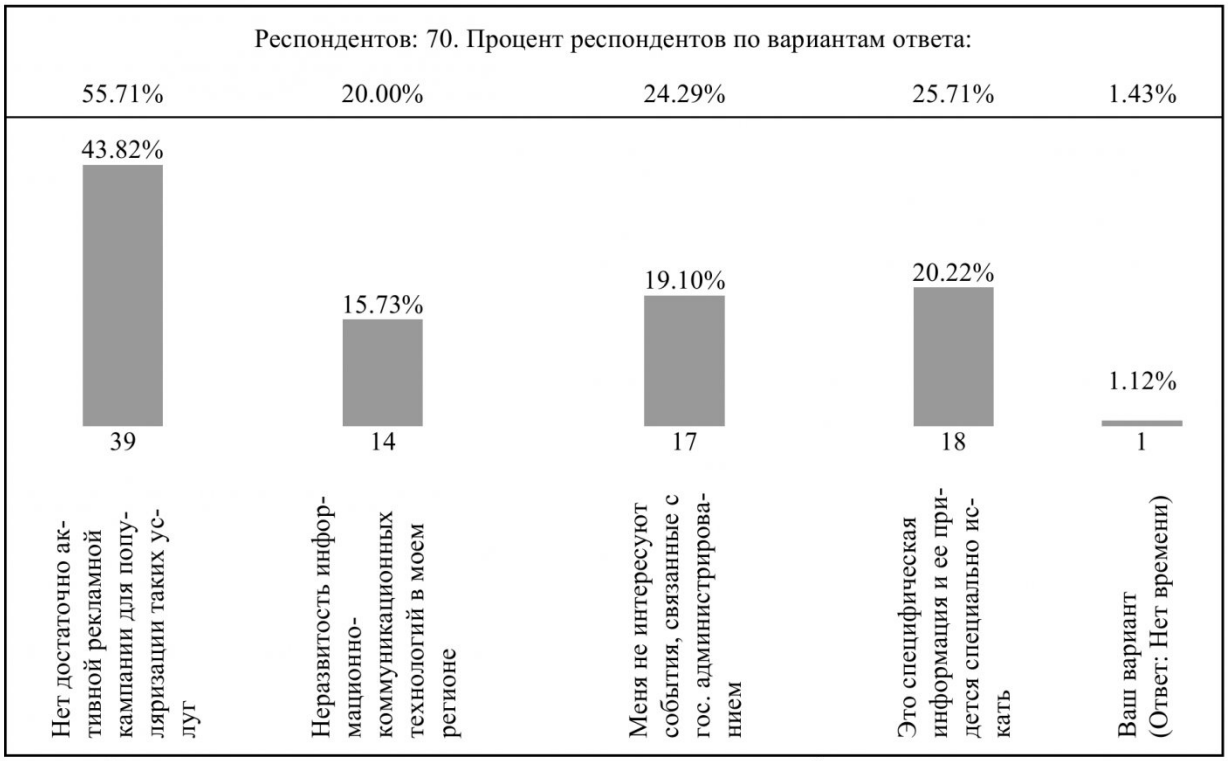
Основной метод исследования – анкетирование. За основу взята анкета латвийских исследователей и модифицирована применительно к российской [10]. Анализ и систематизация данных проводились с использованием системы социально-психологических исследований VirtualExS.

В организованном нами пилотном исследовании приняли участие 126 респондентов, жителей Кемеровской области (г. Кемерово, г. Белово, Беловский район) в возрасте от 16 до 50 лет. Выбор обусловлен тем, что в Беловском районе открыт и функционирует первый в области «МБУ «Многофункциональный центр» Беловского муниципального района», а Кемерово – административный центр области, где наиболее развита административная инфраструктура.

Респонденты по возрасту подразделялись на группы: от 16 до 18 лет – 11 чел. (8,73%). 19-25 лет – 95 . (75,40%). 26-40 лет – 7 . (5,56%), старше 40 лет – 13 . (10,32%). Соотношение по половому признаку: мужчины – 46 чел. (36,51%);. женщины – 80 (63,49%). Родным для всех респондентов является русский язык. По месту жительства респонденты распределились следующим образом: проживающие в г. Белово – 44 чел. (34,92%), в г. Кемерово – 47 (37,30%), в других городах области – 30 (23,81%), в сельской местности Беловского района – 5 . (3,97%). По уровню образования респонденты распределились следующим образом: большинство респондентов являются студентами кузбасских ВУЗов - 95 чел.

* Работа выполнена в лаборатории социологических и социально-психологических исследований филиала КузГТУ в г. Белово в рамках международного гранта правительства Болгарии. Договор №РД 366-08/2013 «Интегрирано електронно обслужване за гражданите и бизнеса» - научноизследователски проект, финансиран от фонд «Научни изследвания»

Таблица 1. Причины неосведомленности



Верхняя строка – процентное распределение респондентов, над столбцом – распределение ответов

(75,40%), респонденты с высшим образованием - 11 человек (8,73%); с незаконченным средним – 4 (3,17%); со средним профессиональным – 16 (12,70%). Таким образом, приоритетно выделена группа студентов как категория, наиболее активно использующая средства и возможности Интернет.

В зависимости от навыков работы с компьютером респонденты распределились на 4 группы: нет практического опыта – 7 человек (5,56%); новичок (работа с Windows и Интернетом) – 47 (37,30%); опытный пользователь (установка ПО, работа с офисными программами и электронной почтой) – 67 (53,17%); профессионал (администрирование систем, дизайн, разработка ПО и баз данных) – 5 (3,97%). Таким образом, большинство респондентов имеют опыт работы с компьютером и большая часть из них – пользователи с хорошим профессиональным опытом.

В целях детализации результатов использовался сравнительный анализ по возрастным группам. Другие критериальные деления (мужчины и женщины, по роду деятельности и т.д.) на подгруппы не показали достоверных отличий.

Анализ результатов по всей выборке показал следующее.

Вопрос «Осведомлены ли Вы об электронном правительстве России и его новостях?» «Да» - 58 человек (46.03%), «Нет» - 68 человек (53.97%). Большая часть респондентов, даже уверенные пользователи Интернет, не осведомлена об электронном правительстве и электронных услугах.

Не осведомленным задан дополнительный вопрос «Какова причина Вашей неосведомленности об электронном правительстве и его услугах?». (табл.1). Поскольку здесь предполагалось несколько вариантов ответа, число респондентов оказалось меньше количества ответов. Наиболее значимой причиной неосведомленности является отсутствие мероприятий по информированию населения и популяризации услуг.

Отмечено нежелание респондентов самостоятельно целенаправленно находить информацию и отсутствие у них интереса к системам государственного администрирования. В совокупности эти два ответа свидетельствуют о пассивности населения в области взаимодействия с административными системами.

В связи с этим рекламная компания электронных услуг и электронного правительства должна включать не столько информационный аспект, а скорее мотивационный. Еще одна причина неосведомленности - слабое развитие информационно-коммуникационных технологий на периферии. Тем не менее, желание в будущем получать государственные услуги в электронном виде выразили 103 респондента (83.74%), а отсутствие такого желания лишь 20 опрошенных (16.26%). Таким образом, мы можем констатировать внутреннюю готовность населения пользоваться электронными услугами, и требуется лишь дополнительное мотивационное воздействие, способное превратить данную внутреннюю готовность в реализуемое поведение. Отсутствие мотивационной основы использования электронных услуг также подтверждается ответом на вопрос «Вы используете электронные услуги государства?», на который 70.69%

Таблица 2. Полезность ЭП

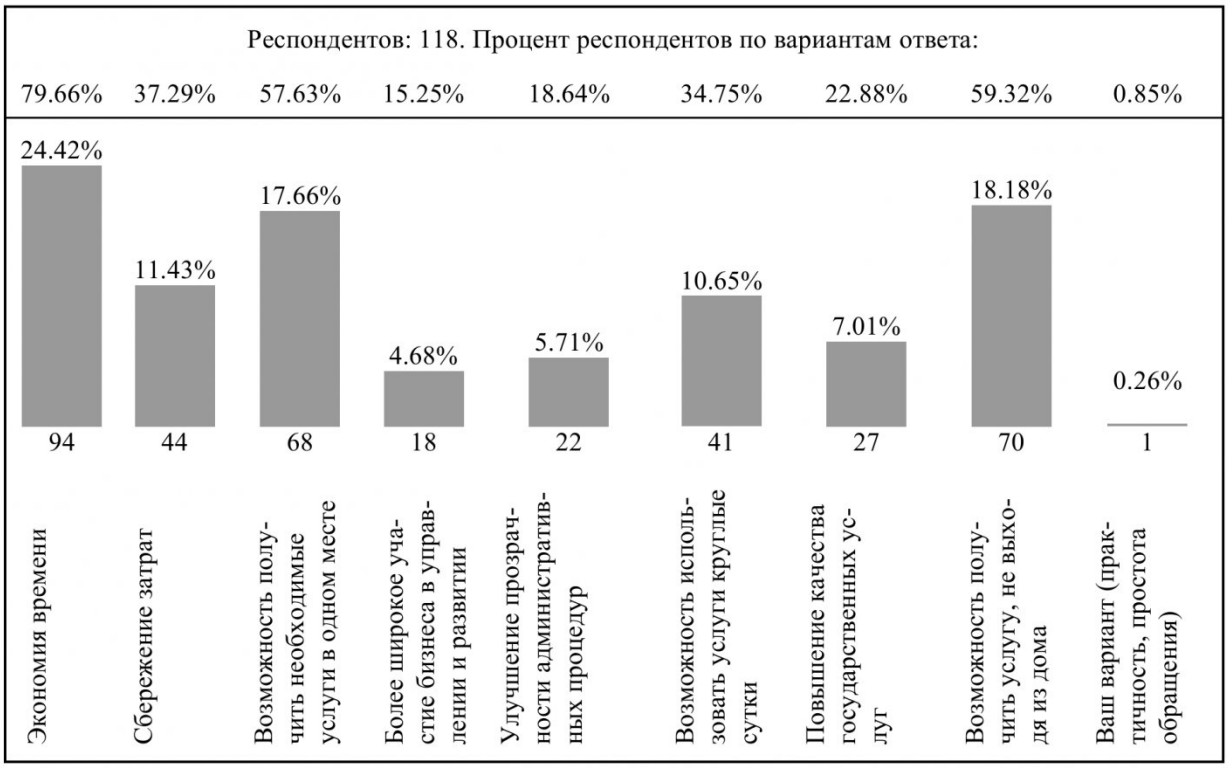


Таблица 3. Основные электронные услуги для граждан

Услуга	Знаю и использую, %	Знаю, но не использую, %	Не знаю об услуге, %
Налог на прибыль: декларация, уведомление	8.41	64.49	27.10
Поиск работы через службу занятости	24.55	66.36	9.09
Социальное страхование: пособия по безработице, пособия для детей, медицинские расходы, стипендии	14.68	52.29	33.03
Личные документы (паспорта, водительские права)	41.67	36.11	22.22
Регистрация транспортных средств (новые, подержанные и импортные автомобили)	22.73	51.82	25.45
Заявки на разрешение на строительство	1.87	41.12	57.01
Заявление в полицию (например, в случае кражи)	4.67	41.12	54.21
Публичные библиотеки (каталоги, поисковые системы)	62.39	29.36	8.26
Свидетельства (о рождении, браке и т.д.)	22.43	29.91	47.66
Дипломы о среднем и высшем образовании	12.04	40.74	47.22
Изменение юридического адреса (адресная регистрация)	2.78	42.59	54.63
Услуги в области здравоохранения	25.96	44.23	29.81

ответили «нет» и только 29.31% - «да».

Ответы на вопрос «Как Вы думаете, какие возможности электронного правительства были бы для Вас полезными в будущем?» позволяют определить те ключевые параметры, через которые можно сформировать мотивационные стимулы для использования электронных услуг (табл. 2). Как видно из таблицы, самыми значимыми для населения стимулами использования государственных услуг в электронном виде являются стратегии минимизации усилий.

Анализ ответов на вопросы об используемости конкретных аспектов электронных услуг показал следующее.

«У Вас есть электронная подпись?» - Да (5.26%); «Да, но я не использую ее / использую редко» (6.14%); «Нет» (88.60%).

В табл. 3 представлена информация об осведомленности о предоставляемых гражданам электронных услугах, свидетельствующая о стойком неиспользовании электронных услуг предоставляемых гражданам, за исключением разделов, связанных с получением личных документов (41,67% используют), и использованием библиотечных систем – 62,39%.

Осведомленность об электронных услугах для бизнеса представлена в табл. 4.

Таким образом, использование корпоративных электронных систем выражено еще в меньшей степени.

На дополнительный вопрос «Если Вы используете другие электронные услуги, пожалуйста,

укажите их» получены следующие варианты:

1. Электронное правительство - гражданские инициативы;

2. получение загранпаспорта;

3. подача документов, электронная очередь;

4. приобретение товаров на Интернет-аукционах и в Интернет-магазинах.

На вопрос «Вы используете единый государственный портал электронных услуг http://www.gosuslugi.ru/?» «да» ответили 12,73%, «нет» 87,27% респондентов, что так же отражает низкую популярность электронных услуг.

В табл. 5 представлены данные о частоте использования электронных услуг предоставляемых гражданам и юридическим лицам.

Наиболее часто используются услуги, предназначенные для физических лиц и услуги, связанные с поиском официальной информации, размещенной в государственных базах данных. Прочие услуги используются преимущественно раз в год или вообще не используются.

В ходе опроса респондентам была предложена возможность оценить качество, объем и своевременность электронных услуг в РФ (табл. 6).

Самым распространенным ответом респондентов является вариант «не хорошо, не плохо», что может свидетельствовать как о низкой осведомленности населения о возможностях в области электронных услуг, так и о нежелании эти услуги получать.

Ответы на вопрос «Где Вы пользуетесь государственными электронными услугами?» представлены в табл. 7.

Из представленных ответов следует, что для наибольшей охваченности населения электронными услугами в первую очередь необходимо развивать возможности подключения интернет связи для домашнего пользования. По данным gazeta.a42.ru, Кемеровская область занимает 40-ое место из 80 по охвату Интернетом. Руководство компании GoodLine утверждает, что 45% от общего числа населения области подключены к каналам проводной связи [4]. При этом эксперты утверждают, что значительная часть населения пользуется услугами мобильного и беспроводного Интернета, что существенно повышает процент охвата телекоммуникационными услугами. На наш взгляд, завышать процент охвата за счет мобильных сетей не рационально, поскольку качество беспроводного интернета на большей части территорий оставляет желать лучшего. И, следовательно, использование «тяжеловесных» сервисов с высоким уровнем защиты данных оказывается проблематичным для пользователей мобиль-

Таблица 4. Основные электронные услуги для бизнеса

Услуга	Знаю и использую, %	Знаю, но не использую, %	Не знаю об услуге, %
Социальная защищенность работников	7.77	38.83	53.40
Корпоративные налоги: декларация, уведомление	5.83	48.54%	45.63
Налог на добавленную стоимость: декларация, уведомление	5.71	49.52	44.76
Регистрация новой компании	2.83	50.00	47.17
Государственные электронные закупки	6.60	46.23%	47.17
Регистрация новой компании	2.88	43.27	53.85
Отправка данных в Центральное статистическое управление (ЦСУ)	3.85	34.62	61.54
Таможенные декларации	2.83	38.68	58.49
Требования/ Декларации, связанные с экологическими нормами	0.95	29.52	69.52

Таблица 5. Частота использования электронных услуг

Услуга	1 раз в неделю, %	1 раз в месяц, %	1 раз в год и реже, %	Не использую, %
Электронные услуги для физических лиц	13.08	27.10	25.23	34.58
Электронные услуги для юридических лиц	0.00	1.90	12.38	85.71
Электронные услуги и Интернет-ресурсы органов местного самоуправления	3.74	14.02	34.58	47.66
Поиск информации на сайтах и в базах данных государственных органов	14.15	29.25	27.36	29.25
Коммуникация с государственными чиновниками и политиками с помощью эл. почты и специальных форм	2.80	2.80	10.28	84.11
Государственный портал http://www.gosuslugi.ru/	1.90	3.81	15.24	79.05

Таблица 6. Оценка электронных услуг

	Очень хорошо, %	Хорошо, %	Не хорошо, не плохо, %	Плохо, %	Очень плохо, %
Качество электронных услуг	2.94	33.33	54.90	5.88	2.94
Объем электронных услуг	2.91	30.10	56.31	7.77	2.91
Своевременность электронных услуг	6.86	33.33	48.04	7.84	3.92

Таблица 7. Точки доступа к электронным услугам

ного интернета.

В целом респонденты осознают и понимают возможности, предоставляемых им электронных услуг. Однако существующая мотивационная готовность использовать электронные системы, сама по себе, недостаточна для побуждения к реальному поведению и действиям. Основным метамотивационным «тормозом» является низкая осведомленность о самих системах и, их возможности защищать личные данные пользователей. Таким образом, повышение информированности и осведомленности населения должно осуществляться в данных проблемных направлениях, что может способствовать большей востребованности электронных систем получения государственных услуг.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. *Джери Д.* Большой толковый социологический словарь. / Д. Джери, Дж Джери. В 2-х томах: Пер. с англ. Н.Н. Марчук. М.: Вече, АСТ, 1999.
2. *Ильин Е.П.* Мотивация и мотивы / Е.П. Ильин. — СПб.: Питер, 2003.
3. *Карпов А.В.* Психология метакогнитивных процессов личности. / А.В., Карпов, И.М. Скитяева М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2005.
4. Кузбасс на 40-м месте по охвату Интернетом. // http://gazeta.a42.ru/novokuznetsk/lenta/show/kuzbass-na-40-m-meste-po-ohvatu-internetom.html
5. *Маслоу А.Г.* Мотивация и личность. / А.Г. Маслоу. Пер.с англ. Татлыбаевой А. М. — СПб.: Евразия, 1999.
6. Метамотивация. Национальная психологическая энциклопедия // http://vocabulary.ru/dictionary/36/word/metamotivacija
7. Мотивация достижения. Национальная психологическая энциклопедия. // http://vocabulary.ru/dictionary/822/word/motivacija-dostizhenija
8. *Фейдимен, Дж.* Личность и личностный рост. / Дж. Фейдимен, Р. Фрейгер. – М.: Изд-во Российского открытого университета, 1994. – Вып.4. и др.
9. Что такое Мотивация? Социологический словарь. // http://www.onlinedics.ru/slovar/soc/m/motivatsija.html
10. Электронное правительство и электронные услуги в Латвии http://webanketa.com/forms/68tk2c1fcgr3eshjcctk4/ru/

□Авторы статьи

Петрова Мариана Матеева, PhD in Physics and Mathematics, доцент (Великотырновский университет им св. Кирилла и св. Мефодия, Болгария.) E-mail: petrova_mariana@abv.bg

Долганов Дмитрий Николаевич, канд. психол.наук, доцент каф. «Гуманитарных и социально-экономических наук». (Филиал КузГТУ в г.Белово) E-mail: dodn-b@yandex.ru

Законнова Людмила Ивановна, докт. биол. наук, начальник отдела по научной работе (Филиал КузГТУ в г.Белово). E-mail: nir_belovo@mail.ru

Верчагина Ирина Юрьевна, канд. истор. наук, зав. каф. «Гуманитарных и социально-экономических наук» (Филиал КузГТУ в г.Белово). E-mail: viy.77@mail.ru