

## **Секция «Государственное и муниципальное управление»**

**Новая реальность. Новые возможности и технологии.**

***Васютина Елена Сергеевна***

*Аспирант*

*Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Факультет  
государственного управления, москва, Россия*

*E-mail: madlen013@rambler.ru*

«Бизнес разработал более утонченный взгляд на Интернет как на двусторонний канал общения «многие со многими», который вдохновлял аудиторию на обратную связь, предложение идей, мнений, знаний, ответов, рейтингование продуктов, написание обзоров и рекомендаций»

Примерно каждое десятилетие возникает революционная технология, фундаментально меняющая принципы и подходы хозяйствования и жизнедеятельности, образ жизни и стиль мышления. По данным Минкомсвязи РФ число российских Интернет-пользователей за 2011 год достигло высочайшего в Европе показателя 70 млн, среди которых 43% имеют аккаунты в социальных сетях. Фактически человечество уже не 1-й день живет в статусе информационного общества, россияне же официально – с октября 2011 г, с началом осуществления государственной программы «Информационное общество (2011-2020)»

Первое десятилетие нового века охарактеризовалось бурным ростом, значительными сдвигами, новыми подходами и новыми продуктами. Все мы сейчас живем не так как раньше. Изменения затронули совершенно разные стороны области: в первую очередь, конечно же, экономику, корпоративное управление, кардинальным образом маркетинг, рекламу и пр, социологию, даже политику, государственное управление и, естественным образом, совершенно повседневные личные аспекты жизнедеятельности всех и каждого.

Динамику изменений к.20-н.21 в, можно проследить на следующей схеме 1

Теоретически, на наших глазах мир становится прозрачнее, транспарентнее, а, значит, все и каждый хотя бы даже из мотивации собственного благополучия поставлены в условия вынужденности публичности, ответственности. Именно вынужденности, так как необратимость данных изменений привычного уклада жизни очевидна. Информация распространяется моментально, иногда даже государственные тайны спец служб, неизвестно, преднамеренно или нет, оказываются рассекреченными.

Причем, невозможно не отметить, что уже на данном этапе граница, отделяющая корпоративные и потребительские миры все более и более размывается. Повсеместное использование таких сервисов и приложений как Google Maps, Gmail, eBay, Foursquare.com и пр. стало привычным и обыденным. Массовое использование социальных сетей и корпоративных приложений есть качественно новая фаза развития.

Сейчас человечество имеет доступ практически к любой информации - ее много, причем совершенно разной и поэтому ключевыми моментами на сегодняшний день становятся умение искать и находить релевантную достоверную информацию, анализировать ее и работать с ней. В такой многообразии, разнообразии, больших объемах и доступности очень важно уметь отделять зерна от плевел, ориентироваться в современном информационном пространстве. Возрастает роль технологий, позволяющих быстро

и четко анализировать данные и на основе этого осуществлять эффективное управление.

Рейтинговые технологии становятся все более актуальным инструментом информационного анализа.

В наиболее общем ключе термин "рейтинг" зачастую используется как два различных понятия:

1) "шкальный рейтинг т.е. рейтинг, представляющий собой название грейда (градации) определенной шкалы. Это рейтинги ведущих мировых рейтинговых агентств.

Каждое агентство разработало свою шкалу, градацию. Простейший пример шкального рейтинга - звезды отелей, пятибалльная школьная отметка. Это абсолютная величина степени "качества" объекта.

2) "рейтинг-лист то есть ранжированный по определенному критерию перечень объектов, сформированный по убыванию их определенного "качества". Подобный рейтинг условно можно назвать "относительным" или просто рэнкингом.

### **Литература**

1. Интернет в России: итоги 2011, <http://www.bizhit.ru/>, 23.2.12
2. Мартынов К., Конец журналистики или восстание медиамасс, 24.01.12, <http://adindex.ru/b>
3. Парфенов Л., вступительная речь на Вручении Премии Листьева В, <http://www.youtube.com> 25.11.2010
4. Путилов С., Торговые гиганты ищут управу на Интернет-продавцов, Новые известия, 27.01.12
5. Путин В.В., Россия и меняющийся мир, Московские новости, <http://www.mn.ru/politics/20> 27.02.12
6. Распоряжение от 20 октября 2010 г. 1815-р, О государственной программе Российской Федерации «Информационное общество (2011 - 2020 годы)» <http://government.ru/gov/> 23.2.12
7. Jeff Jarvis, What would Google do?, М:Аквамариновая книга, 2011
8. Mark Zuckerberg, Facebook's letter from Mark Zuckerberg, the guardian, 1.2.12
9. Massovki.ru, 31.01.12
10. Shin Clara, the Facebook era: Tapping online Soocial Networks to Build Better Products, Reach New Audience, and Sell More Stuff, 2011.
11. Wikileaks.com

### **Слова благодарности**

Выражаю искреннюю признательность и благодарность научному руководителю, Волкову Феликсу Михайловичу за всестороннюю помощь и поддержку.