



Научно-исследовательский журнал «**Russian Economic Bulletin / Российский экономический вестник**»

<https://dgpu-journals.ru>

2025, Том 8, № 1 / 2025, Vol. 8, Iss. 1 <https://dgpu-journals.ru/archives/category/publications>

Научная статья / Original article

Шифр научной специальности: 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (экономические науки)

УДК 659.4

Анализ структуры и содержания информации (блогов, сайтов, социальных сетей) и описание сценариев пользования населением городским транспортом и дорожно-транспортной инфраструктурой

¹ Весманов С.В.

¹ Аплевич О.А.,

¹ Московский городской педагогический университет

Аннотация: в данной статье анализируется структура и содержание информации о городском транспорте и дорожно-транспортной инфраструктуре Москвы, распространяемой через блоги, сайты и социальные сети. Исследование направлено на выявление факторов, влияющих на удовлетворенность пользователей и эффективность коммуникационных стратегий Департамента транспорта. Результаты исследования могут быть использованы для оптимизации транспортной инфраструктуры и улучшения коммуникационных стратегий, направленных на повышение удовлетворенности пользователей и стимулирование использования общественного транспорта.

Ключевые слова: городской транспорт, дорожно-транспортная инфраструктура, коммуникационные стратегии, удовлетворенность пользователей, структура и содержание информации

Для цитирования: Весманов С.В., Аплевич О.А. Анализ структуры и содержания информации (блогов, сайтов, социальных сетей) и описание сценариев пользования населением городским транспортом и дорожно-транспортной инфраструктурой // Russian Economic Bulletin. 2025. Том 8. № 1. С. 298 – 305.

Поступила в редакцию: 18 ноября 2024 г.; Одобрена после рецензирования: 19 января 2025 г.; Принята к публикации: 25 февраля 2025 г.

Analysis of the structure and content of information (blogs, websites, social networks) and description of scenarios of public use of urban transport and road transport infrastructure

¹ Vesmanov S.V.,

¹ Aplevich O.A.,

¹ Moscow City University

Abstract: this article analyzes the structure and content of information about Moscow's urban transport and road transport infrastructure disseminated through blogs, websites, and social networks. The research aims to identify factors influencing user satisfaction and the effectiveness of the Department of Transport's communication strategies. The results of the study can be used to optimize transport infrastructure and improve communication strategies aimed at increasing user satisfaction and encouraging the use of public transport.

Keywords: urban transport, road transport infrastructure, communication strategies, user satisfaction, structure and content of information

For citation: Vesmanov S.V., Aplevich O.A. Analysis of the structure and content of information (blogs, websites, social networks) and description of scenarios of public use of urban transport and road transport infrastructure. Russian Economic Bulletin. 2025. 8 (1). P. 298 – 305.

The article was submitted: November 18, 2024; Approved after reviewing: January 19, 2025; Accepted for publication: February 25, 2025.

Введение

Москва, являясь одним из наиболее динамично развивающихся мегаполисов мира, демонстрирует устойчивый рост и развитие во многих сферах, включая транспортную систему. Важнейшим фактором развития любого современного мегаполиса является уровень развития его транспортной инфраструктуры, и по этому показателю Москва в последние годы достигла значительных успехов на мировом уровне. Транспортный комплекс Москвы постоянно растет и усложняется, что, в свою очередь, приводит к изменению потребностей пользователей транспортной инфраструктуры [4, 7, 8, 9].

Несмотря на то, что по результатам многих предыдущих исследований система общественно-го транспорта и дорожно-транспортной инфраструктуры Москвы оценивается экспертами на высоком уровне, степень удовлетворенности пользователей остается неоднозначной. Данное противоречие, зафиксированное в ряде работ, указывает на необходимость более глубокого изучения и анализа коммуникаций между Департаментом транспорта, и развития дорожно-транспортной инфраструктуры города Москвы и населением города [3, 5]. В частности, важно исследовать, как информация о транспортной системе и ее изменениях доносится до пользователей, и как это влияет на их восприятие и удовлетворенность.

Понимание пользовательского поведения в этой сфере требует комплексного подхода, учитывавшего не только технические аспекты, но и социальные, психологические и коммуникационные факторы. Именно здесь работы Г. Лассуэлла [2] становятся особенно цennыми для анализа структуры коммуникационных сообщений, описания сценариев пользовательского поведения в транспорте и дорожной инфраструктуре, а также каналов коммуникации, которые влияют на это поведение.

Современные органы исполнительной власти, включая Департамент транспорта и развития дорожно-транспортной инфраструктуры города Москвы, сталкиваются с необходимостью эффективного взаимодействия с обществом, а также с

умением предоставлять информацию о своей деятельности прозрачным и доступным образом. В этом контексте понимание пользовательского поведения и коммуникации, включая маркетинг и PR, играют важную роль, формируя образ органов власти в глазах общественности и влияя на восприятие пользователями транспортной системы [10, 11].

Данная статья содержит анализ структуры и содержания информации, распространяемой через блоги, сайты и социальные сети, а также на описание сценариев пользования населением городским транспортом и дорожно-транспортной инфраструктурой, с целью выявления факторов, влияющих на удовлетворенность пользователей и эффективности коммуникационных стратегий Департамента транспорта города Москвы.

Материалы и методы исследований

Предметом данного исследования является структура и содержание информации, распространяемой через блоги, сайты и социальные сети, а также описание сценариев пользования населением городским транспортом и дорожно-транспортной инфраструктурой города Москвы. Исследование направлено на выявление взаимосвязи между характеристиками информационного пространства и реальным поведением пользователей транспортной системы.

Для достижения поставленной цели, с учетом сложности и многоаспектности объекта исследования, коллективом авторов использовался комплексный методологический подход, сочетающий качественные и количественные методы. Это позволило не только проанализировать специфический социальный опыт респондентов, но и сделать обобщения, описывающие целостную картину социальных практик, в которых проявляются важнейшие аспекты взаимодействия пользователей с транспортной инфраструктурой Москвы.

В методологическую базу исследования вошли: анализ теоретических основ, качественные методы исследования, методы анализа и синтеза открытых данных.

Теория коммуникации Г. Лассуэлла использована в качестве основы для анализа структуры и со-

держания информационных сообщений, а также для понимания их воздействия на аудиторию.

Применен метод *фокус-групп*, в которых выявлены потребности, предпочтения и проблемы различных категорий пользователей городского транспорта (пассажиры общественного транспорта, пешеходы, автомобилисты, велосипедисты, пассажиры такси, пользователи средств индивидуальной мобильности (СИМ)). Результаты фокус-групп послужили основой для формирования сценариев пользовательского поведения вышеуказанных групп, и легли в основу дальнейшего анализа.

Проведен *анализ структуры и содержания действующих каналов коммуникаций* (блогов, сайтов, социальных сетей) Департамента транспорта и развития дорожно-транспортной инфраструктуры города Москвы на основе открытых данных с использованием системы мониторинга Медиалогия [6].

Использован *сравнительный анализ* различных каналов коммуникации и выявления их эффективности.

Применен *синтез* для обобщения полученных данных и формирования целостной картины взаимодействия пользователей с транспортной системой. Составлено описание сценариев пользования городским транспортом и дорожно-транспортной инфраструктурой на основе результатов фокус-групп.

Результаты и обсуждения

Теория коммуникации Гарольда Лассуэлла позволила структурировать процесс анализа коммуникации, выявляя ключевые элементы и их взаимосвязи, и обеспечила инструментарий понимания того, как информация о транспорте и дорожной инфраструктуре создается, распространяется и воспринимается пользователями.

Основными объектами для анализа в контексте транспорта и дорожной инфраструктуры в рамках модели Лассуэлла выступили источники информации, содержание сообщений, каналы коммуникаций, группы пользователей и результат коммуникации [1].

Каналы коммуникации играют ключевую роль в формировании пользовательского опыта. Информация о транспортной системе, распространяющаяся через блоги, сайты, социальные сети и другие каналы, должна быть не только точной и актуальной, но и понятной, привлекательной и соответствовать потребностям и ожиданиям пользователей.

Анализ каналов публикации информации, включающих сайты, блоги и социальные сети позволил выделить следующие основные типы публикаций по тематике пользования населением го-

родским транспортом и дорожно-транспортной инфраструктурой:

Сайты. Информация публикуется на специализированных или информационных сайтах

1. Публикации официальной информации федеральных и городских органов власти;

2. Публикации организаций и предприятий сферы городского транспорта и дорожно-транспортной инфраструктуры;

3. Публикации об исследованиях проблем городского транспорта и дорожно-транспортной инфраструктуры [10];

4. Публикации средств массовой информации о новостях сферы городского транспорта и дорожно-транспортной инфраструктуры;

5. Публикации о мероприятиях в сфере транспорта, проводимых государственными и общественными организациями, отраслевыми организациями и предприятиями, научными организациями;

6. Публикации об опросах, обсуждениях проблем городского транспорта и дорожно-транспортной инфраструктуры с населением Москвы.

Блоги

1. Блоги официальных лиц;

2. Блоги сообществ пользователей отдельных видов городского транспорта и дорожно-транспортной инфраструктуры.

Социальные сети

1. Страницы в социальных сетях;

2. Новостные ленты в социальных сетях;

3. Каналы в Телеграм;

4. Форумы пользователей городского транспорта и дорожно-транспортной инфраструктуры;

5. Страницы сообществ пользователей отдельных видов городского транспорта и дорожно-транспортной инфраструктуры.

С целью выявления поведенческих особенностей целевой аудитории были описаны сценарии пользования населением городским транспортом и дорожно-транспортной инфраструктурой.

Для перемещения по городу население использует следующие виды транспорта: метро, Московское центральное кольцо (МЦК), Московские центральные диаметры (МЦД), наземный городской пассажирский транспорт (НГПТ), каршеринг, такси, средства индивидуальной мобильности (СИМ), речной, личный автотранспорт, велопрокат, перемещения в качестве велосипедистов или пешеходов.

Наиболее характерными сценариями использования городского транспорта и дорожно-транспортной инфраструктуры для одной поездки являются:

1. Регулярный маршрут. Набор регулярных маршрутов, которые совершаются ежедневно или по рабочим, нерабочим дням в определенное время суток и с определенной целью поездки.

2. Маршрут выходного дня. Поездка по новому маршруту с использованием и/или выбором одного или различных видов транспорта вида транспорта стандартной/повышенной комфортности.

3. Непредвиденная ситуация. Изменение запланированного маршрута вследствие непредвиденной ситуации с выбором наименее продолжительной или оптимизированной по времени, стоимости и комфортности поездки.

4. Новый маршрут. Выбор использования и/или выбора транспорта по новому маршруту оптимизированного по цене, по продолжительности и комфорту поездки.

5. Стоимость поездки. Использование или выбор транспорта по оптимизированной цене и/или по комфорту поездки.

6. Обратная связь. Оценка опыта, достоинств и недостатков использования городского транспорта и инфраструктуры с учетом доступности, удобства и стимулирования взаимодействия с городскими органами власти и специализированными организациями.

На основании разработанных сценариев были проведены *фокус-группы* с шестью группами пользователей городского транспорта и дорожно-транспортной инфраструктуры:

1. Пассажиры общественного (наземного и подземного) транспорта;
2. Пешеходы;
3. Автомобилисты;
4. Велосипедисты
5. Пассажиры такси
6. Пользователи средств индивидуальной мобильности (СИМ)

Результаты фокус-групп послужили основой для формирования профилей пользовательского поведения, которые легли в основу дальнейшего анализа. При разработке профилей каждой группы пользователей, с целью проведения последующего мониторинга, сформирован список ключевых слов. Список ключевых слов составлен на базе разработанных сценариев использования городского транспорта и дорожно-транспортной инфраструктуры, включал в себя часто используемые словосочетания и глаголы-действия, которые употребляют представители групп пользователей. В табл. 1 приведен пример списка ключевых слов для группы пользователей «Автомобилисты».

Таблица 1

Список ключевых слов для группы пользователей «Автомобилисты».

Table 1

List of keywords for the user group "Motorists".

| Словосочетания | Глаголы |
|----------------------|---|
| маршрут в навигаторе | рассчитать спланировать изменить посмотреть пользоваться предпочесть игнорировать разобраться перестроить |
| пробки на дорогах | узнать предвидеть реагировать объехать написать отреагировать возникают длятся затягиваются |
| помощь на дороге | знать вызвать попросить позвонить рассчитывать ждать |

Продолжение таблицы 1
Continuation of Table 1

| | |
|------------------------------------|---|
| платная парковка | обустроить искать найти пользоваться предпочитать оплачивать оптимизировать заполнить |
| штрафы за парковку | избегать нарваться оплачивать оспорить выписать отменить |
| городские новости | просматривать читать слушать узнать искать |
| информация приложений | подписаться фильтровать искать пользоваться уведомлять сообщать обновлять откликаться (не) работать |
| отзывы в приложениях («на картах») | читать искать анализировать оставлять оценивать написать отвечать |

На основании ключевых слов разработан инструментарий, который позволяет в реальном времени отслеживать информационную активность каждой группы пользователей, а также проводить ретроспективный и сравнительный анализ в системе мониторинга «Медиалогия». Проведен анализ профилей групп пользователей и результата коммуникации, который позволил оценить поведенческие особенности аудитории и уровень их удовлетворенности на основании публикуемой информации. Проведена фильтрация нерелевантной информации, сформирован аналитический отчет по каждой группе пользователей по следующим параметрам:

1. Количество и рейтинг публикаций по каждой группе

2. Динамика ключевых показателей (сообщения, вовлеченность, аудитория, СМ индекс)

3. Тональность

4. Типы соцмедиа

5. Авторы публикаций

6. Соцдем авторов

7. Эмоции

8. Хэштеги

Все показатели в системе мониторинга рассчитываются автоматически с применением технологий лингвистического анализа.

На рис. 1 продемонстрированы изменения показателя вовлеченности опубликованных сообщений в группе пользователей «Автомобилисты» и в среднем достигает 50 000 активно вовлеченных читателей.



Рис. 1. Динамика вовлечённости группы пользователей «Автомобилисты».
Fig. 1. Dynamics of engagement of the user group “Motorists”.

На рис. 2 приведен пример результатов мониторинга по группе пользователей «Велосипедисты». Тональность сообщений показывает долю сообщений, содержащих позитивную, нейтраль-

ную и негативную информацию. Сообщения преимущественно носят нейтральный характер (78,25%).

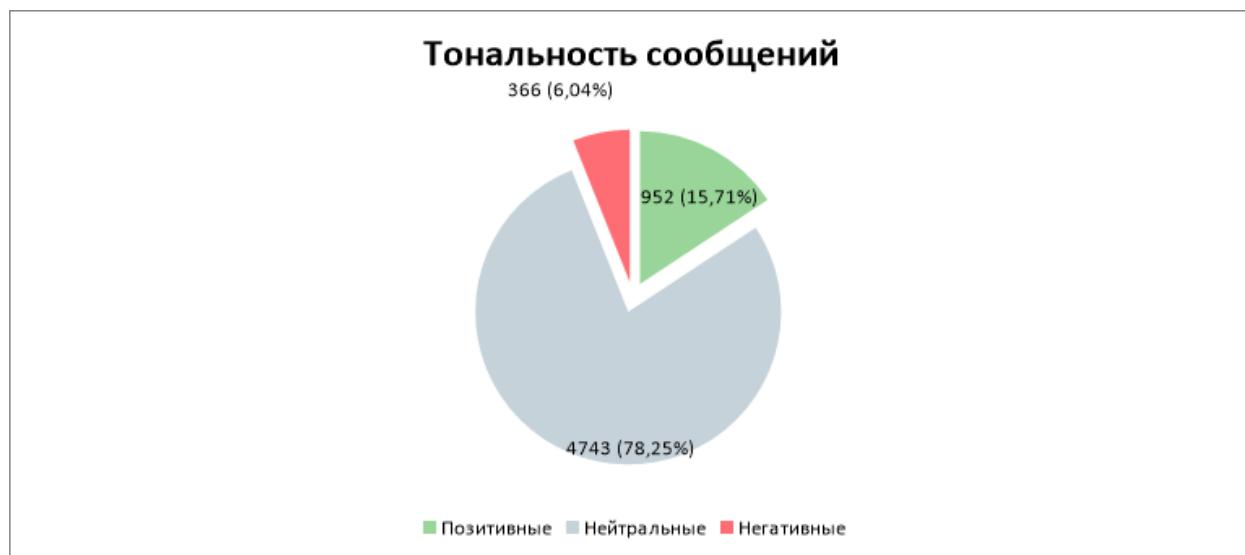


Рис. 2. Тональность сообщений группы пользователей «Велосипедисты».
Fig. 2. Tone of messages from the user group “Cyclists”.

Система мониторинга позволяет в реальном времени, а также за прошлые периоды, отслеживать основные показатели поведенческих особенностей различных групп пользователей. Эта система позволяет не только анализировать содержание публикуемых сообщений, но и выявлять закономерности в поведении пользователей, их реакцию на информацию и эмоциональное состояние, что дает возможность:

- Выявлять проблемные зоны: определять аспекты транспортной системы, которые вызывают

наибольшее недовольство или непонимание у пользователей.

• Оценивать эффективность коммуникаций: оценивать, насколько эффективно доносится информация до различных групп пользователей и как она влияет на их поведение.

• Адаптировать коммуникационные стратегии: вносить необходимые изменения в публикуемую информацию и каналы ее распространения, чтобы более эффективно воздействовать на целевую аудиторию.

• Влиять на поведение пользователей: формировать позитивное отношение к транспортной системе и стимулировать использование общественного транспорта.

Используя данные, полученные с помощью системы мониторинга, мы можем не только понимать текущее состояние дел, но и прогнозировать будущие тенденции, а также разрабатывать более эффективные стратегии для улучшения транспортной системы и повышения удовлетворенности пользователей.

Выводы

Анализ показал, что система информирования Департамента транспорта и развития дорожно-

транспортной инфраструктуры города Москвы пользователей является многоканальной и разветвленной. Основные каналы информации соответствуют потребностям пользователей, но есть потенциал для улучшения коммуникации через другие каналы. Система мониторинга позволяет отслеживать показатели вовлеченности, выявлять проблемные зоны и адаптировать коммуникационные стратегии для повышения удовлетворенности пользователей и стимулирования использования общественного транспорта. Результаты исследования могут быть использованы для оптимизации транспортной инфраструктуры и повышения эффективности коммуникационных стратегий.

Список источников

1. Аргун Л.Л. Пропаганда как инструмент влияния на политическое поведение в теории Г.Д. Лассуэлла // Социально-гуманитарные знания. 2021. № 2. С. 333 – 338. DOI 10.34823/SGZ.2021.2.51583
2. Воронцов С.Г. Модель коммуникации Г.Д. Лассуэлла как элемент методологии цивилистических исследований Методологические проблемы цивилистических исследований, 2019.
3. Источников В.В., Аплевич О.А. Исследование и классификация каналов коммуникаций Департамента транспорта и развития дорожно-транспортной инфраструктуры города Москвы и населения // ЦИТИСЭ. 2025. № 1. С. 16 – 24.
4. Матанцева О.Ю., Титов А.Е., Щеголева И.В. Особенности организации оценки удовлетворенности качеством транспортного обслуживания // Научный вестник автомобильного транспорта. 2023. № 3. С. 21 – 28.
5. Рубас А.В. Системная модернизация информационно-коммуникативного пространства транспортного комплекса Москвы // Меди@льманах. 2018. № 2 (85). С. 36 – 45.
6. Савченко Т.И. Роль медиаэтики в общественно-культурной жизни// Влияние новейших технологий, СМИ и Интернета на образование, язык и культуру: Сборник статей по материалам Всероссийской (с международным участием) научно-практической студенческой конференции, Москва, 28 ноября 2019 года / Под общей ред. Л.Д. Торосян, Г.Г. Слышикина. Москва: Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова, 2020. Р. 168 – 174.
7. Сагинова О.В., Спирин И.В., Завьялова Н.Б., Сидорчук Р.Р. Методологические аспекты управления качеством транспортного обслуживания // Мир (Модернизация. Инновации. Развитие). 2016. № 7 (2(26)). С. 28 – 37.
8. Тихомирова Е.И. Теория коммуникации и новые медиа // Знак: проблемное поле медиа-образования. 2017. № 3 (25).
9. Темникова Ю.Ю. Анализ зарубежного опыта коммуникации органов власти и населения в сфере развития городского транспорта // Вестник МГПУ. Серия: Экономика. 2023. № 4 (38). С. 103 – 119. DOI 10.25688/2312-6647.2023.38.4.09
10. Федоров В.А. Научный подход к проблеме развития систем городского пассажирского транспорта // Молодой ученый. 2014. № 8 (67). С. 624 – 628. URL: <https://moluch.ru/archive/67/11295/> (дата обращения: 18.09.2024)
11. Цой М.Е., Щеколдин В.Ю., Долгих И.В. Исследование факторов, влияющих на удовлетворенность потребителей качеством услуг городского общественного транспорта // Российское предпринимательство. 2017. Т. 18. № 21. С. 3237 – 3260. DOI 10.18334/rp.18.21.38503

References

1. Argun L.L. Propaganda as a tool for influencing political behavior in the theory of G.D. Lasswell. Social and humanitarian knowledge. 2021. No. 2. P. 333 – 338. DOI 10.34823 / SGZ.2021.2.51583
2. Vorontsov S.G. G.D. Lasswell's communication model as an element of the methodology of civilistic studies Methodological problems of civilistic studies, 2019.

3. Istochnikov V.V., Aplevich O.A. *Research and classification of communication channels of the Department of Transport and Development of Road Transport Infrastructure of the City of Moscow and the population*. CITISE. 2025. No. 1. P. 16 – 24.
4. Matantseva O.Yu., Titov A.E., Shchegoleva I.V. *Features of the organization of assessment of satisfaction with the quality of transport services*. Scientific Bulletin of Automobile Transport. 2023. No. 3. P. 21 – 28.
5. Rubas A.V. *Systemic modernization of the information and communication space of the Moscow transport complex*. Medi@lmanakh. 2018. No. 2 (85). P. 36 – 45.
6. Savchenko T.I. *The role of mediaology in socio-cultural life. The influence of the latest technologies, media and the Internet on education, language and culture: Collection of articles based on the materials of the All-Russian (with international participation) scientific and practical student conference, Moscow, November 28, 2019. Under the general editorship of L.D. Torosyan, G.G. Slyshkin*. Moscow: Russian University of Economics named after G.V. Plekhanov, 2020. P. 168 – 174.
7. Saginova O.V., Spirin I.V., Zavyalova N.B., Sidorchuk R.R. *Methodological aspects of transport service quality management*. World (Modernization. Innovations. Development). 2016. No 7 (2(26)). P. 28 – 37.
8. Tikhomirova E.I. *Communication theory and new media. Sign: problematic field of media education*. 2017. No. 3 (25).
9. Temnikova Yu.Yu. *Analysis of foreign experience of communication between authorities and the population in the field of urban transport development*. Bulletin of Moscow State Pedagogical Univ. Series: Economy. 2023. No. 4 (38). P. 103 – 119. DOI 10.25688/2312-6647.2023.38.4.09
10. Fedorov V.A. *Scientific approach to the problem of development of urban passenger transport systems*. Young scientist. 2014. No. 8 (67). P. 624 – 628. URL: <https://moluch.ru/archive/67/11295/> (date of access: 09/18/2024)
11. Tsoi M.E., Shchelkoldin V.Yu., Dolgikh I.V. *Study of factors influencing consumer satisfaction with the quality of urban public transport services*. Russian entrepreneurship. 2017. T. 18. No. 21. P. 3237 – 3260. DOI 10.18334/rp.18.21.38503

Информация об авторах

Весманов С.В., кандидат экономических наук, заведующий лабораторией управления проектами, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-0345-4254>, Институт управления, экономики и права, Московский городской педагогический университет, vesmanov@mail.ru

Аплевич О.А., старший преподаватель, ORCID ID <https://orcid.org/0009-0000-9146-5097>, Институт управления, экономики и права, Московский городской педагогический университет, olesya.aplevich@gmail.com

© Весманов С.В., Аплевич О.А., 2025