

Е.В. Масланов, канд. философ. наук, научный сотрудник сектора социальной эпистемологии Института философии РАН*

Д.В. Масланов, асп. Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского**

И.С. Подсевакин, асп. Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского***

ОСОБЕННОСТИ ПОСТРОЕНИЯ ИНТЕРНЕТ-ПЛОЩАДОК В ОБЛАСТИ ПОЛИТИЧЕСКОГО КРАУДСОРСИНГА

Maslanov Evgeny Valerevich, Cand.Sci. (Phil. Sci.), research fellow at the department of social epistemology, Institute of Philosophy, RAS, e-mail: evgenmas@rambler.ru

Maslanov Dmitriy Valerevich, a postgraduate of the Lobachevsky Nizhny Novgorod State University, e-mail: maslanov.dmitry@yandex.ru

Podsevatkin Ilya Sergeevich, a postgraduate of the Lobachevsky Nizhny Novgorod State University, e-mail: podsevatkin.ilya@mail.ru

FEATURES OF THE CREATION OF INTERNET-PLATFORMS IN POLITICAL CROWDSOURCING

В настоящее время возрастают общественные требования к легитимности власти. Одним из важнейших общественных запросов становится запрос на формирование прозрачного управления и развитие элементов прямой демократии. Перспективный механизм, используемый властью для удовлетворения общественных запросов, — новые информационно-коммуникационные технологии, в частности, краудсорсинг. В статье рассматривается феномен политического краудсорсинга. Выделяются общие и содержательные правила, а также контекстные принципы построения площадок политического краудсорсинга. Первые нацелены на привлечение граждан в краудсорсинговые проекты, формирование у них лояльности по отношению к конкретной краудсорсинговой площадке и сохранение определенного количества активно работающих на ней участников. При рассмотрении содержательных правил выделяются два типа краудсорсинговых площадок — открытые и профессиональные. Показано, что для каждого типа площадок характерны свои особенности постановки задач и работы с ними. Контекстные принципы предназначены для выстраивания специальных механизмов формирования лояльности и вовлеченности людей в работу краудсорсинговых проектов, совмещенных с формированием эмоциональной поддержки и выстраиванием лояльности

* Масланов Евгений Валерьевич, e-mail: evgenmas@rambler.ru

** Масланов Дмитрий Валерьевич, e-mail: maslanov.dmitry@yandex.ru

*** Подсевакин Илья Сергеевич, e-mail: podsevatkin.ilya@mail.ru

по отношению к политическому актору. Эти результаты могут быть достигнуты за счет создания целостной сети площадок в области политического краудсорсинга и их использования как интеллектуального и кадрового ресурса политических акторов. В результате площадки в области политического краудсорсинга могут стать важным элементом медиа-образа современного политического актора.

Ключевые слова: интернет, краудсорсинг, политический краудсорсинг, гражданское общество, информационно-коммуникационные технологии, политический процесс.

At the present time there is an increase of public demands on the legitimacy of authority. The most important one is the request to create transparent management and development of elements of direct democracy. The perspective mechanism used by government to meet the public inquiries is new information and communication technologies, in particular, crowdsourcing. This article deals with the phenomenon of political crowdsourcing. The authors try to show the general and substantive rules and contextual principles of buildings of political crowdsourcing platforms. The first are focused on the involvement of citizens in crowdsourcing projects, formation of their loyalty to a particular crowdsourcing site and preservation of amount of active working members of crowd platform. During consideration of the substantive rules two types of crowdsourcing platforms were allocated: open and professional. It is shown that for each type of sites have its own characteristics in the formulation of the problems and work with them. Contextual principles are intended for construction special mechanisms for making people's loyalty to the crowdsourcing projects and involvement into their work, combined with the formation of emotional support and loyalty to the political actors. These results may be achieved through the creation of integrated network platforms in the field of political crowdsourcing and use them as an intellectual and human resources of political actors. As a result, political crowdsourcing platforms should be an important element of image of political actors.

Keywords: Internet, crowdsourcing, political crowdsourcing, civil society, information and communication technology, the political process.

В настоящее время общественные требования к легитимности власти постоянно возрастают. Считается, что демократическая рецессия, возрастание геополитических, экологических рисков вынуждают как власть, так и общество искать новые пути для трансформации и совершенствования всей системы управления¹. По мнению Мэтью О'Нила, профессора Австралийского национального университета, в период кризиса легитимности ключевым станет следующий вопрос: «Будет ли стремление к прозрачному управле-

¹ Зотов В.Б., Бронников И.А. Информационно-коммуникационные технологии — лейтмотив городского управления // Власть. 2015. № 11. С. 95–96; Никовская Л.И., Якимец В.Н. Формирование и отстаивание общественных интересов в России: от “административной” к партнерской модели // Полис. Политические исследования. 2015. № 5. С. 50.

нию и прямой демократии выходить за рамки “маргинальных” партий и движений, например, “Пиратской партии” и “Захвати Уолл-стрит”»²? Мы склоняемся к тому, что такая трансформация может осуществляться не только “маргинальными” движениями, но и органами государственной власти, различными политическими акторами. Она должна основываться на принципах взаимовыгодного сотрудничества органов власти и структур гражданского общества, включения населения в процессы выработки политических решений³.

В последнее время увеличивается не только количество пользователей сети⁴, но и готовность россиян принимать участие в работе интернет-сообществ, занимать активную гражданскую позицию⁵. Поэтому новые информационно-коммуникационные технологии, и, в частности, краудсорсинг, являются удобными инструментами сотрудничества власти и общества при решении различных проблем, могут способствовать развитию “хорошего управления”⁶. “Информационные технологии, — пишет Н.А. Рукина, — могут стать эффективным инструментом в экономике, государственном управлении, общественных отношениях”⁷. Технология краудсорсинга применяется достаточно активно как коммерческими компаниями, так и государственными структурами, органами местного самоуправления. По данным “Карты краудсорсинга” в России сейчас насчитывается около 230 проектов такого рода⁸. В сфере же публичной политики он выступает эффективным инструментом вовлечения людей в процессы разработки государственных реше-

² O’Neil M. Hacking Weber: legitimacy, critique, and trust in peer production // Information, Communication & Society. 2014. Vol. 17. N 7. P. 885.

³ Крайнова К.А. Новые коммуникационные практики в сфере управления политико-коммуникативными процессами // Современные проблемы науки и образования. 2013. № 1. URL: www.science-education.ru/107-8331 (дата обращения: 05.10.2015).

⁴ См. напр.: Интернет в России: динамика проникновения. Осень 2015. Опрос ФОМа. 2015. URL: <http://fom.ru/SMI-i-internet/12497> (дата обращения: 18.02.2016).

⁵ См. например: Бронников И.А. Современные особенности российской интернет-аудитории как участника политической коммуникации // PolitBook. 2013. № 2. С. 44–59; Петухов В.В. Гражданская активность как альтернатива антидемократическому тренду российской политики // Полис. Политические исследования. 2013. № 5. С. 87–99; Петухов В.В., Петухов Р.В. Демократия участия: институциональный кризис и новые перспективы // Полис. Политические исследования. 2015. № 5. С. 25–48.

⁶ См. например: Черкасов В. Развитие социальных сетей привело к новому восприятию мира и государственных возможностей // Информационное общество. 2013. № 3. С. 4–11.

⁷ Рукина Н.А. Информационно-коммуникационные технологии: история вопроса и современные проблемы // Вестник Московского университета. Серия 18. Социология и политология. 2013. № 4. С. 194.

⁸ <http://crowdsourcing.ru/crowdmap>

ний, общественного контроля за соблюдением законодательства, взаимодействия муниципальной власти и общества для улучшения городской среды. В результате деятельности таких проектов происходит, как писал известный исследователь краудсорсинга Дарен Брэбэм в своей книге «Краудсорсинг», процесс подключения организации (в данном случае государственных учреждений и политических акторов) к онлайн-сообществу и обмен информацией между ними⁹.

Власть в России понимает важность привлечения населения к государственному управлению. По мнению ряда исследователей, политический краудсорсинг достиг у нас значительной степени развития¹⁰. Несомненно, успешность ряда проектов показывает перспективность использования данной технологии. Первый заместитель главы Администрации Президента (на тот момент) РФ В. Володин на форуме «Интернет-Экономика 2015» призвал внести в Программу развития российского сегмента интернета более широкое участие общества в управлении государством. «Многие программы, которые представляет Москва, обсуждаются через ресурс «Активный гражданин». Аналогичные структуры могут быть созданы на других территориях», — отметил В. Володин¹¹. Очевидно, что «развитие онлайн пространства публичной политики на федеральном уровне посредством проектирования информационно-коммуникативных систем, — как справедливо пишет И.В. Мирошниченко, — создает новые возможности для реализации принципов «цифровой демократии»¹². Однако при реализации проектов в сфере краудсорсинга возникают как внутренние, так и внешние проблемы и риски. В связи с этим частично уже были сформулированы некоторые принципы и правила реализации проектов как для краудсорсинга в целом, так и для политического краудсорсинга в частности¹³.

⁹ *Brabham D.C.* Crowdsourcing. Cambridge, 2013. P. 100.

¹⁰ См. например: *Фельдман П.Я.* Политический краудсорсинг как институт электронной демократии: проблемы становления и развития // *Власть.* 2014. № 6. С. 21–26.

¹¹ Володин призвал ускорить развитие сферы интернет-услуг // *Lenta.ru.* URL: <http://lenta.ru/news/2015/12/21/internet/> (дата обращения: 25.01.2016).

¹² *Мирошниченко И.В.* Модернизационный потенциал краудсорсинга в современной публичной политике: российский опыт и зарубежные практики // *Проблемный анализ и государственно-управленческое проектирование.* 2011. № 6. С. 32.

¹³ См. например: *Голубев Е.В.* Краудсорсинговый проект, как система: необходимые элементы, их взаимосвязь, ограничения и способы преодоления // *Наукосведение.* 2014. Вып. 5. URL: <http://naukovedenie.ru/PDF/56EVN514.pdf> (дата обращения: 11.01.2016); *Насыров И.Р., Савельев И.Л.* Технологии краудсорсинга в государственном управлении // *Ученые записки Казанского университета: гуманитарные науки.* 2012. Т. 154. Кн. 6. С. 94–104; *Соколов А.В.* Электронные коммуникации

В данной статье хотелось бы выделить, структурировать и обобщить основные, по нашему мнению, правила и принципы построения как отдельных площадок, так и целой сетевой структуры платформ политического краудсорсинга. Их выполнение позволит более эффективно и успешно использовать технологию краудсорсинга в политических целях. Мы говорим о тех принципах, по аналогии с “rules” обозначенными в статье Грегори Сакстона, которые указывают на отличие политического краудсорсинга как технологии для “объединения усилий виртуальной толпы в целях выполнения определенных организационных задач”¹⁴ от других видов привлечения общества к общественно-политической деятельности. В этой связи мы выделяем общие и содержательные правила, вместе с контекстными принципами построения платформ политического краудсорсинга.

Общие правила

При построении площадок в области политического краудсорсинга одна из важнейших задач — сохранение определенного количества участников, активно работающих в проектах. Для ее решения необходимо соблюдение нескольких общих правил нацеленных на привлечение граждан в краудсорсинговые проекты, и формирование у них лояльности по отношению к конкретной краудсорсинговой площадке.

— *При построении краудсорсинговой площадки и реализации на ее основе конкретных проектов цели, задачи и стратегия продвижения должны основываться на решении конкретных проблем, стоящих перед людьми, а не на стремлении получить сиюминутные политические дивиденды.* Успешность проекта напрямую связана с привлечением к работе над ним достаточного количества людей, следовательно, главной целью проектов должны быть вопросы, в решении которых напрямую заинтересованы его гипотетические участники. Одним из способов выявления актуальных для общества проблем может быть проведение на краудсорсинговой площадке социологического опроса, предшествующего старту конкретного проекта, призванного выделить интересующие граждан “болевы точки”, работа над которыми и должна стать целью краудсорсинговых проектов.

в социальной активности граждан // Власть. 2015. № 3. С. 67–71; Шаповалова И.С. Организационно-технологическая модель минимизации рисков, возникающих при внедрении технологий краудсорсинга // Власть. 2014. № 7. С. 14–22; Saxton G., Onook O., Kishore R. Rules of crowdsourcing: models, issues, and systems of control // Information Systems Management. 2013. Vol. 30. P. 2–20.

¹⁴ Saxton G., Onook O., Kishore R. Op. cit. P. 3.

Эта деятельность может быть одним из элементов программы политического актора. Однако не стоит рассматривать проекты в области политического краудсорсинга лишь как один из механизмов, используемых в предвыборных кампаниях. В этой связи хотелось бы отметить не совсем удачный опыт Нижнего Новгорода. В рамках предвыборной кампании по выбору депутатов в городскую Думу Нижнего Новгорода одной из всероссийских партий был запущен «Народный проект “Мой Новый Нижний”». Он предлагает горожанам выдвигать свои идеи по улучшению городской среды к 2021 г. — 800-летию со дня основания города¹⁵. Но этот проект был сугубо предвыборным инструментом — он должен был обратить внимание горожан на то, что партия хочет разработать стратегическую программу развития города, исходя из пожеланий граждан. В предвыборной гонке этот проект позиционировался как программа партии. После завершения выборов, когда краткосрочные цели были достигнуты, проект стал не интересен. В итоге оказалось, что поднятые в рамках этого проекта проблемы не освещены и не решены, а политические оппоненты могут использовать его как пример не совсем ответственного отношения регионального отделения одной из партий как к мнению народа, так и к своим обязательствам. Однако при должной реализации этот проект мог бы стать важным инструментом улучшения “городской среды” и одним из механизмов привлечения активных горожан к выработке муниципальной политики, что принесло бы организовавшей его партии дополнительное одобрение в среде лидеров мнений своих сообществ.

— *Необходимо избегать принудительного вовлечения людей в “онлайн деятельность”, в том числе посредством административного ресурса.* Один из основных принципов краудсорсинга — добровольное участие. Важно, чтобы площадки в области политического краудсорсинга выступали “инструментом взаимодействия в онлайн-сообществе пользователей со схожими интересами”¹⁶, которым гражданин захотел воспользоваться по своей личной инициативе. Конечно, принуждение к участию в таких проектах может рассматриваться их организаторами, особенно если они связаны с политическими силами, как эффективный способ формирования первоначального пула участников проекта. Но в этом случае площадка будет ассоциироваться либо с еще одним “административным” инструментом, создаваемым для “отчетности” и “имитации существования гражданского общества”, либо с очередной попыткой в

¹⁵ <http://мойновыйнижний.рф/>

¹⁶ *Saxton G., Onook O., Kishore R. Op. cit. P. 2.*

преддверии выборов имитировать интерес к пожеланиям электората. Это приведет к резкому снижению эффективности работы.

– *Механизмы анализа предложений, реализации “наработок толпы” и принятых решений должны быть четко и недвусмысленно прописаны, приведены данные о работе проектов.* Люди, участвующие в проектах, должны понимать, при помощи каких механизмов разработанные ими идеи либо выполненная ими на добровольных началах работа будут воплощены в жизнь. В этом случае у участников будет сформирована лояльность по отношению к площадке, и они будут возвращаться для продолжения работы, привлекать к участию людей из своего окружения. К примеру, на сайте проекта ОНФ “За честные закупки” приведена информация о механизме его работы и истории успеха активистов, позволяющие убедиться в эффективности деятельности проекта. На сайте проектов “Активный гражданин” также можно получить соответствующую информацию. В итоге у участников этих проектов была сформирована лояльность по отношению к ним и желание рассказать о них своему окружению. В результате 22% участников проекта “Активный гражданин”, которых насчитывается уже более 1,2 млн человек, узнали о нем по “сарафанному радио” – традиционному источнику, которому больше всего доверяют¹⁷. О роли социального взаимодействия в увеличении количества участников онлайн-проектов, в том числе краудсорсинговых, говорят и иностранные исследователи. Например, Алекс Резерфорд с коллегами в статье “Пределы социальной мобилизации” подчеркивают, что “сарафанное радио” – важный инструмент для пополнения сетевых сообществ активистами¹⁸.

– *Необходимо указывать не только, как будет реализовываться идея участника, но и поощрять его либо символическим, либо реальным, например, материальным, вознаграждением.* Вопрос о важности проработанной системы мотивации, как материальной, так и символической, в краудсорсинговых проектах, в том числе политических, поднимают многие исследователи¹⁹. Поэтому участникам стоит предлагать различные вознаграждения, рекрутинговые перспективы, профессиональное признание и т.п. Например, по итогам проекта “Бизнес в антикризисе”, проведенного площадкой “КраудСпейс”, самых активных и продуктивных участников при-

¹⁷ Зотов В.Б., Бронников И.А. Указ. соч. С. 98.

¹⁸ Rutherford A., Cebrian M., Dsouza S., Moro E., Pentland A., Rahwan I. Limits of social mobilization // PNAS. 2013. April. Vol. 110. N 16. P. 6282.

¹⁹ См. например: Шаповалова И.С. Указ. соч.; Brabham D.C. Crowdsourcing. Cambridge, 2013; Saxton G., Onook O., Kishore R. Op. cit. P. 2–20; и др.

гласили поделиться своими идеями на бизнес-завтраке Сбербанка в рамках Петербургского международного экономического форума 2015²⁰. После реализации проекта “Наш город” самые активные участники были приглашены на встречу с мэром Москвы С.С. Собяниным²¹. В рамках проекта “Активный гражданин” за прохождение опроса пользователь получает баллы, которые можно обменять на городские услуги (парковочные часы, билеты в кинотеатры, театры, музеи и др.)²². В итоге это становится еще одним механизмом формирования лояльности участников площадок.

— *Временные рамки реализации проекта должны быть четко определены.* При реализации проектов по выдвижению и/или обсуждению общественных инициатив или “мозгового штурма” должны быть четко обозначены даты начала проекта, длительность различных этапов и дата окончания проекта. В результате участники должны в достаточно короткий срок предоставить свои предложения. Это позволяет использовать проекты для осуществления реальных изменений и при этом формирует у участников ощущение важности и необходимости проекта не только для принявшего в его работе гражданина, но и для политического или административного актора, создавшего его. По окончании срока работы можно будет проверить, были ли реализованы разработанные решения или проект так и остался еще одной “имитацией”. Кроме того, конкретные сроки реализации позволяют оценить эффективность и дают возможность гражданину принять решение о том, возвращаться на эту краудсорсинговую площадку или нет. По такой схеме проводятся, например, краудсорсинговые проекты города Москвы, организованные на профессиональной площадке компании *Witology*. Однако деятельность по общественному контролю может носить постоянный характер. К примеру, поиск сомнительных закупок, проводимый ОНФ в рамках проекта “За честные закупки”, или мониторинг соблюдения законодательства в интернете, осуществляемый активистами “МедиаГвардии”, — задачи, не имеющие четких временных ограничений, они могут решаться на непрерывной основе.

— *В проектах должны использоваться инструменты модерации профессионалами, обладающими специальными знаниями в области законодательства, механизмов реализации конкретных решений.* По мнению Грегори Сакстона, на краудсорсинговой площадке должна быть “процедура контроля качества (например, эксперты, специалисты по комментариям и др.)”²³. Должна проводиться аналитиче-

²⁰ <https://crowdspace.ru/project/antikrizis/about>

²¹ <http://crowd.mos.ru/archive/#>

²² Зотов В.Б., Бронников И.А. Указ. соч. С. 98.

²³ Saxton G., Onook O., Kishore R. Op. cit. P. 5.

ская разработка поступающих предложений²⁴. В результате такой работы общественные инициативы должны быть переведены на язык, понятный бюрократии. В таком качестве, например, выступала модерация при обсуждении законов “О полиции” и “Об образовании”²⁵.

Содержательные правила

Мэтью О’Нил разделяет краудсорсинговые площадки по степени открытости для участия в их работе. Он выделяет закрытые площадки, где могут участвовать только “определенные” люди, и открытые площадки – для любых “неопределенных” людей. По его мнению, если для реализации совместной работы от участников требуются особые компетенции, то необходима профессиональная идентификация. Он приводит пример проекта *Debian*, в котором для допуска к работе на площадке участники должны найти решение сложной задачи или представить доказательства своей принадлежности к определенной профессиональной или социальной среде²⁶. Такие приемы используются и в методологии отбора участников на некоторые из проектов компании *Witology*²⁷. Сбербанк, который является локомотивом продвижения технологий краудсорсинга в России, в одном из своих проектов также использовал принцип отбора участников посредством профессионального теста²⁸. В этой связи нам представляется продуктивным ввести деление площадок в области политического краудсорсинга на “профессиональные” и “открытые”. Для каждого из этих типов площадок характерны свои особенные механизмы постановки задач и работы с ними, регулируемые содержательными правилами.

– *Профессиональная площадка подразумевает, во-первых, постановку задачи, для решения которой требуется определенный набор знаний, умений и навыков; во-вторых, активную творческую работу участников площадки по выработке решений.* Примером такой площадки может служить проект “Бизнес в антикризисе”. Его работа была направлена на то, чтобы разобраться, как ведет себя бизнес в сложной экономической ситуации, и выработать предложения для

²⁴ Насыров И.Р., Савельев И.Л. Указ. соч. С. 98.

²⁵ <http://kremlin.ru/events/president/news/9664>

²⁶ O’Neil. Op. cit. P. 881.

²⁷ Воробьев А.Л., Костров Д.Е. Методика организации форсайт-проектов с помощью краудсорсинга // Материалы IV конференции “ТРИЗ. Практика применения методических инструментов”. 15 ноября 2012. URL: <http://metodolog.ru/node/1554> (дата обращения: 12.01.2016).

²⁸ Рыцаева Е. Локальная мудрость // Эксперт Online. URL: <http://expert.ru/expert/2012/17/lokalnaya-mudrost/> (дата обращения: 25.01.2016).

преодоления кризисных явлений. Было привлечено 2635 участников, которые делились методами противостояния кризису, историями успеха и определяли главные задачи в сложившихся условиях. В результате было выработано 569 решений. Одно из заданий было обозначено как “Задачи и рекомендации государству”: участники должны были предложить варианты антикризисных решений на уровне государства. Работа на профессиональной площадке предполагает создание различных тематических блоков, в которых ее участники формулируют свои предложения. В них можно оценивать деятельность других участников и развернуто комментировать выдвинутые инициативы. К примеру, на такой площадке могут решаться проблемы, связанные с обустройством города или отдельных городских пространств, развитием системы здравоохранения и другие актуальные вопросы, как это было в проектах в г. Москве, Белгородской (проект “Народная экспертиза”)²⁹ и Нижегородской областях. В этом случае любой житель этого сообщества является “профессионалом”, так как он ежедневно на себе испытывает все плюсы и минусы жизни в этом пространстве, может предложить удачные решения. Поэтому отдельные “профессиональные” площадки вполне могут быть массовыми.

— *Профессиональные площадки подразумевают постановку задач, связанных с изменением и улучшением уже существующих практик, а не просто выработкой абстрактных предложений.* К примеру, краудсорсинговая площадка, предлагающая всем желающим провести “мозговой штурм” для решения проблем в области построения удачной схемы медицинского обслуживания на территории всей страны, вряд ли может рассматриваться как профессиональная. В каждом регионе существуют свои специфичные для него проблемы, а удачная практика одного региона не может быть автоматически перенесена на другой. На такой площадке в лучшем случае могут быть высказаны удачные догадки и абстрактные “благие пожелания”. Кроме того, такая площадка будет настолько массовой, что ее модерация может представлять из себя сверх сложный процесс. При этом постановка этой же проблемы в рамках вполне конкретной территории является перспективной, а ее решение может осуществляться на профессиональной площадке. Здесь можно привести пример краудсорсингового проекта “Вместе за достойную медицину”, который был проведен в июле–августе 2013 г. в Ханты-Мансийском автономном округе — Югра. Он позволил провести общественную экспертизу программы модернизации здравоохранения, проводившейся в регионе в 2011–2012 гг.,

²⁹ <https://narod-expert.ru/>

и наметить дальнейшие шаги по ее улучшению. В результате в нем приняло участие 1100 жителей, было подано более 1500 предложений, идей и концепций по совершенствованию системы здравоохранения. По словам Губернатора ХМАО Натальи Комаровой, этот опыт может быть полезен и применим в других субъектах РФ³⁰. Схожие площадки по различным вопросам могут привлечь активных граждан и показать, насколько проблемы, “видимые из чиновничьих кабинетов”, совпадают с теми проблемами, которые испытывают конкретные граждане – потребители государственных услуг.

– *Важная содержательная особенность профессиональной площадки – выстраивание механизмов доступа к ней.* Профессиональная площадка, ориентированная на решение проблем локальных сообществ, вполне может подразумевать открытый доступ, так как вряд ли будет интересна большому количеству людей, не связанных с этим пространством. В то же время если она является “экспертной”, т.е. “закрытой” по классификации Мэтью О’Нила, то вполне может подразумевать первичную или вторичную модерацию входа, к примеру, прохождение определенного теста или оценку сформулированного текста и т.д. Эти инструменты позволяют “отсечь” очевидно некомпетентных пользователей, так как критическая масса таких пользователей может повредить “репутации” площадки.

– *Открытая площадка предполагает постановку задачи, не требующей специальных знаний, умений или навыков.* Здесь самыми показательными примерами выступают проекты “Активный гражданин”, в котором участнику необходимо лишь проголосовать на электронном референдуме, и “Российская общественная инициатива”, в котором необходимо в свободной форме выдвинуть, либо проголосовать за ранее опубликованную законодательную инициативу.

– *Открытая площадка должна предлагать понятный инструментарий для работы по решению поставленной задачи, не требующей особых навыков от пользователя и не оставляющей для пользователя большого пространства для творчества.* Успешно применяют данный принцип, например, проекты ОНФ “За честные закупки” и МГЕР “МедиаГвардия”. В них волонтеру необходимо заполнить определенную форму (для ОНФ – форму с указанием факторов сомнительности найденной закупки; у МГЕР – форму с указанием адреса сайта и найденным нарушением), которая позволяет уже профессиональным участникам проекта работать с найденным контентом. Этот же механизм должен быть использован и для площадок

³⁰ http://witology.com/clients_n_projects/604/

“народной инициативы”, но участнику такой площадки должны быть предоставлены определенные поля для заполнения и подсказки по тому, какая информация должна быть в них раскрыта. Это связано с тем, что в этом случае площадка решает в том числе и задачу “канализации” активности гражданина, а она сама по себе подразумевает некоторую реализацию творческого потенциала.

– *Открытая площадка подразумевает меньшее взаимодействие между ее участниками и модераторами проекта, хотя и не исключает его.* Такие площадки скорее базируются на неравнодушии граждан и их стремлении участвовать в политической жизни, желании высказать свою позицию. Сама по себе возможность реализовать это право является для них важным побудительным фактором. Однако в них можно использовать рейтинговую систему, которая может стать одним из каналов связи с модераторами проекта и серьезным мотивирующим фактором³¹. При этом наиболее активные участники таких проектов могут быть “общественно одобрены”, что создает вокруг таких площадок дополнительный информационный повод и позволяет привлекать к ним новых активистов.

– *Механизм доступа к открытой площадке должен быть максимально упрощен.* Такие площадки подразумевают возможность любого гражданина участвовать в общественно полезной деятельности, которая не требует особых навыков. Таким образом, сама по себе массовость этой площадки является ее важным символическим преимуществом перед другими площадками.

Контекстные принципы

Принципиально важным элементом построения площадки политического краудсорсинга выступает соблюдение *контекстных принципов*. Под ними мы понимаем принципы выстраивания специальных механизмов формирования лояльности и вовлечения в работу участников краудсорсингового проекта, совмещенные с формированием эмоциональной поддержки и выстраиванием лояльности по отношению к политическому актору – организатору краудсорсинговой площадки.

Важнейшей составляющей политического краудсорсинга в условиях любого реального политического процесса, на наш взгляд, выступает не только стремление решить конкретные проблемы, но и сформировать лояльный электорат, эмоциональную поддержку акторов, инициировавших создание площадки. Конечно же, важным элементом создания этих механизмов становятся правила поощрения, взаимодействия и другие общие правила. Но они на-

³¹ *Brabham D.C. Op. cit. P. 62.*

правлены на активизацию работы участников проектов. Э.Д. Коркия справедливо отмечает, что “способы достижения не только привлекательности, но и популярности затрагивают как массовую и межличностную коммуникации внутри самой сети, так и офлайн-новые способы обеспечения успеха тому или иному информационному поведению”³². Поэтому, контекстные принципы базируются на том, что площадка политического краудсорсинга должна являться одним из элементов целостной работы политических акторов с пользователями сети и в целом с населением. В результате их применения должно остаться впечатление о важности работы, проводимой на площадке политического краудсорсинга, о принципиальной необходимости продолжения взаимодействия и возможности изменить положение в окружающем пространстве, стране при активной помощи вполне конкретной политической силе. Для реализации этих целей:

1. *Площадки и проекты политического краудсорсинга должны рассматриваться как элементы высокотехнологичной интеллектуальной инфраструктуры политического актора.* Должны быть созданы не отдельные, слабо взаимосвязанные площадки, а целостные сети, в которых будет возможен переход с одной площадки на другую, в том числе и переход с открытой на профессиональную площадку. Стоит отметить, что возможность перехода или приглашение участника на закрытую профессиональную площадку может быть своеобразным рейтинговым поощрением за успешную деятельность на открытой площадке. Такие сети должны быть нацелены на решение широкого круга проблем, при этом отдельный элемент сети – краудсорсинговая площадка – должен отвечать за свою конкретную проблему. Но между ними должны быть выстроены переходы, позволяющие участнику без затрат дополнительного времени перемещаться между ресурсами.

2. *Площадки политического краудсорсинга должны использоваться как интеллектуальный и кадровый ресурс акторов политического процесса.* Наиболее активные участники этих площадок, лидеры общественного мнения и инициаторы наиболее перспективных изменений могут составить своеобразный “интеллектуальный” и кадровый ресурс для политических акторов, органов исполнительной или законодательной власти. При этом у этих людей уже будет сформирована лояльность к организатору площадок, основанная на вовлеченности в процесс выработки решений, активной граж-

³² Коркия Э.Д. Медиареальность России как социально-культурная система современного общества // Вестник Московского университета. Серия 18. Социология и политология. 2012. № 2. С. 93.

данской позиции и стремлении непосредственно решить конкретные стоящие перед отдельными сообществами или даже всем обществом проблемы, а не на желании получить дополнительные привилегии.

В результате реализации указанных пунктов успешно решенные общественные проблемы и сами краудсорсинговые площадки должны стать важными “медиа”-поводами в выступлениях политических деятелей. Они получают достаточно большое количество информационных поводов, позволяющих рассказать об историях успеха активистов и проведенных ими изменениях, улучшивших жизнь людей. При этом, как считает Алекс Резерфорд с коллегами, использование СМИ, блогов, Твиттера способствует социальной мобилизации и участию в сетевых проектах³³. В итоге политический краудсорсинг получит большое количество новых участников, понимающих, что работа на этих площадках помогает улучшить их жизнь, а сами эти изменения связаны с вполне конкретной политической силой. Результатом этого станет эмоциональная сопричастность и лояльность как площадке, так и актору, стоящему за ней, что может активно использоваться и для мобилизации электората в предвыборный период. Таким образом, в будущем проекты в области политического краудсорсинга, уделяющие внимание контекстным принципам, должны стать одним из важнейших элементов медиаобраза современного политического актора, претендующего на выстраивание “хорошего правления” и перехват у маргинальных течений призывов к прямой демократии и прозрачному управлению.

В настоящее время в России, к сожалению, контекстные принципы практически не используются. К примеру, в период 2012–2015 гг. в новостных лентах и статьях наиболее известных и популярных информационных агентств русскоязычного сегмента интернета термин “краудсорсинг” упоминался от 8 (на сайте газеты “Комсомольская правда”) до 92–93 раз (на сайте агентства “РИА Новости” и сайте радиостанции “Эхо Москвы”). Частота упоминания проекта ОНФ “За честные закупки” составляет от 16 раз (на сайте “Независимой газеты”) до 157 раз (на сайте агентства “РИА Новости”). При этом экспертное сообщество, как оппозиционно настроенное к существующей политической власти, так и в целом лояльное к ней, понимает важность данного механизма. На сайтах радиостанции “Эхо Москвы”, газеты “Независимая газета” и журнала “Эксперт” термин “краудсорсинг” упоминается чаще, чем проект ОНФ “За честные закупки”, и в количестве, сопоставимом с упоминанием темы “электронного правительства”, тогда как на

³³ *Rutherford A., Cebrian M., Dsouza S., Moro E., Pentland A., Rahwan I. Op. cit. P. 6285.*

других ресурсах упоминание проблематики, связанной с “электронным правительством”, значительно превосходит упоминание краудсорсинга. Все это свидетельствует о том, что существуют реальные возможности для использования коммуникационных каналов в целях популяризации такого рода проектов, но пока ни один из политических акторов не реализует эту стратегию активно.

Таким образом, одним из наиболее серьезных вызовов, стоящих перед потенциальным организатором проекта политического краудсорсинга, является верное определение его конкретной цели и исходящего из этого способа ее достижения. В результате успешного применения общих и содержательных правил вместе с контекстными принципами построения краудсорсинговых платформ может быть создана целостная сеть площадок политического краудсорсинга. Они могут использоваться государственной властью для решения вполне конкретных проблем местных сообществ, разработки перспективных планов развития, привлечения граждан к управлению государством, формирования “открытого” общества. Будет преодолен “совещательный дефицит, который не позволяет общественности участвовать в открытой и критической дискуссии, чтобы обмениваться мнениями и влиять на политические решения”³⁴. В то же время они могут использоваться для формирования лояльности граждан к акторам политического процесса, ориентирующимся на учет их мнения при решении конкретных вопросов, которая в итоге может быть также трансформирована в электоральную поддержку.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Бронников И.А. Современные особенности российской интернет-аудитории как участника политической коммуникации // PolitBook. 2013. № 2. С. 44–59.

Володин призвал ускорить развитие сферы интернет-услуг // Lenta.ru. URL: <http://lenta.ru/news/2015/12/21/internet/> (дата обращения: 25.01.2016).

Воробьев А.Л., Костров Д.Е. Методика организации форсайт-проектов с помощью краудсорсинга // Материалы IV конференции “ТРИЗ. Практика применения методических инструментов”. 15 ноября 2012. URL: <http://metodolog.ru/node/1554> (дата обращения: 12.01.2016).

Голубев Е.В. Краудсорсинговый проект, как система: необходимые элементы, их взаимосвязь, ограничения и способы преодоления // Наукoведение. 2014. Вып. 5. URL: <http://naukovedenie.ru/PDF/56EVN514.pdf> (дата обращения: 11.01.2016).

³⁴ *O’Neil M.* Op. cit. P. 884.

Зотов В.Б., Бронников И.А. Информационно-коммуникационные технологии – лейтмотив городского управления // *Власть*. 2015. № 11. С. 94–100.

Коркия Э.Д. Медиарельность России как социально-культурная система современного общества // *Вестник Московского университета*. Серия 18. Социология и политология. 2012. № 2. С. 87–96.

Крайнова К.А. Новые коммуникационные практики в сфере управления политико-коммуникативными процессами // *Современные проблемы науки и образования*. 2013. № 1. URL: www.science-education.ru/107-8331 (дата обращения: 05.10.2015).

Мирошниченко И.В. Модернизационный потенциал краудсорсинга в современной публичной политике: российский опыт и зарубежные практики // *Проблемный анализ и государственно-управленческое проектирование*. 2011. № 6. С. 31–39.

Насыров И.Р., Савельев И.Л. Технологии краудсорсинга в государственном управлении // *Ученые записки Казанского университета: гуманитарные науки*. 2012. Т. 154. Кн. 6. С. 94–104.

Никовская Л.И., Якимец В.Н. Формирование и отстаивание общественных интересов в России: от “административной” к партнерской модели // *Полис*. Политические исследования. 2015. № 5. С. 49–63.

Новек Б. Wiki-правительство: как технологии могут сделать власть лучше, демократию – сильнее, а граждан – влиятельнее. М., 2012.

Петухов В.В. Гражданская активность как альтернатива антидемократическому тренду российской политики // *Полис*. Политические исследования. 2013. № 5. С. 87–99.

Петухов В.В., Петухов Р.В. Демократия участия: институциональный кризис и новые перспективы // *Полис*. Политические исследования. 2015. № 5. С. 25–48.

Рогова А.В. Краудсорсинг как инструмент социально-экономического развития региона // *Современные проблемы науки и образования*. 2013. № 5. URL: <http://www.science-education.ru/ru/article/view?id=10531> (дата обращения: 30.12.2015).

Рукина Н.А. Информационно-коммуникационные технологии: история вопроса и современные проблемы // *Вестник Московского университета*. Серия 18. Социология и политология. 2013. № 4. С. 187–195.

Рыцаева Е. Локальная мудрость // *Эксперт Online*. URL: <http://expert.ru/expert/2012/17/lokalnaya-mudrost/> (дата обращения: 25.01.2016).

Сивакс А.Н. Краудсорсинг как способ оптимизации функционирования предприятий // *Науковедение*. 2015. Т. 7. № 1. URL: <http://naukovedenie.ru/PDF/52EVN115.pdf> (дата обращения: 21.12.2015).

Соколов А.В. Электронные коммуникации в социальной активности граждан // *Власть*. 2015. № 3. С. 67–71.

Фельдман П.Я. Политический краудсорсинг как институт электронной демократии: проблемы становления и развития // *Власть*. 2014. № 6. С. 21–26.

Черкасов В. Развитие социальных сетей привело к новому восприятию мира и государственных возможностей // *Информационное общество*. 2013. № 3. С. 4–11.

Шановалова И.С. Организационно-технологическая модель минимизации рисков, возникающих при внедрении технологий краудсорсинга // Власть. 2014. № 7. С. 14–22.

Интернет в России: динамика проникновения. Осень 2015 // Опрос ФОМа. 2015. URL: <http://fom.ru/SMI-i-interenet/12497> (дата обращения: 18.02.2016).

<http://мойновыйнижний.рф/>

REFERENCES

Brabham D.C. Crowdsourcing. Cambridge, 2013.

Bronnikov I.A. Sovremennye osobennosti rossijskoj internet-auditorii kak uchastnika politicheskoy kommunikacii [Modern features of the Russian Internet audience as a participant in the political communication] // PolitBook. 2013. N 2. S. 44–59 (in Russian).

Cherkasov V. Razvitie social'nyh setej privelo k novomu vosprijatiju mira i gosudarstvennyh vozmozhnostej [The development of social networks has led to a new perception of the world and state opportunities] // Informacionnoe obshchestvo [Information society]. 2013. N 3. S. 4–11 (in Russian).

Fel'dman P.Ja. Politicheskij kraudsorsing kak institut jelektronnoj demokratii: problemy stanovlenija i razvitija [Political crowdsourcing as an institution of e-democracy: problems of formation and development] // Vlast' [The Authority]. 2014. N 6. S. 21–26 (in Russian).

Golubev E.V. Kraudsorsingovyj proekt, kak sistema: neobhodimye jelementy, ih vzaimosvjaz', ogranichenija i sposoby preodolenija [Crowdsourcing project as a system: the essential elements, relationships, limitations, and ways to overcome] // Naukovedenie. 2014. Vyp. 5. URL: <http://naukovedenie.ru/PDF/56EVN514.pdf> (data obrashhenija 11.01.2016) (in Russian).

<https://crowdspace.ru/project/antikrizis/about>

<http://crowd.mos.ru/archive/#>

<http://crowdsourcing.ru/crowdmap>

<http://kremlin.ru/events/president/news/9664>

<https://narod-expert.ru/>

http://witology.com/clients_n_projects/604/

Internet v Rossii: dinamika proniknoveniiy. Osen' 2015 [Internet in Russia: Dynamics of Penetration. Autumn 2015] // Opрос FOMa [FOM poll]. 2015. URL: <http://fom.ru/SMI-i-interenet/12497> (data obrashhenija: 18.02.2016) (in Russian).

Korkiiy E.D. Mediarealnost' Rossii kak social'no-kyl'tyrnaiy sistema sovremennogo obshestva [Mediareality as a socio-cultural system of a modern society] // Vestnik Moskovskogo universiteta. Seria 18. Sociologiiy i politologiiy [Moscow State University Bulletin. Series 18. Sociology and political science]. 2012. N 2. S. 87–96 (in Russian).

Krajnova K.A. Novye kommunikacionnye praktiki v sfere upravlenija politiko-kommunikativnymi processami [New communication practices in the management of political and communication processes] // Sovremennye problemy nauki i obrazovanija [Modern problems of science and education]. 2013.

N 1. URL: www.science-education.ru/107-8331 (data obrashhenija: 05.10.2015) (in Russian).

Miroshnichenko I.V. Modernizacionnyj potencial kraudsorsinga v sovremennoj publichnoj politike: rossijskij opyt i zarubezhnye praktiki [Modernisation potential of crowdsourcing in contemporary public policy: Russian experience and foreign practice] // Problemnyj analiz i gosudarstvenno-upravlencheskoe proektirovanie [Problem analysis and public administration projection]. 2011. N 6. S. 31–39 (in Russian).

Nasyrov I.R., Savel'ev I.L. Tehnologii kraudsorsinga v gosudarstvennom upravlenii [Crowdsourcing Technologies in Public Administration] // Uchenye zapiski Kazanskogo universiteta: gumanitarnye nauki [Proceedings of Kazan University: Humanities Series]. 2012. T. 154. Kn. 6. S. 94–104 (in Russian).

Nikovskaja L.I., Jakimec V.N. Formirovanie i otstaivanie obshhestvennyh interesov v Rossii: ot “administrativnoj” k partnerskoj modeli [Formation and advocacy of the public interests in Russia: from “administrative” to partner model] // Polis. Politicheskie issledovanija [Polis. Political Studies]. 2015. N 5. S. 49–63 (in Russian).

Novek B. Wiki-pravitel'stvo: kak tehnologii mogut sdelat' vlast' luchshe, demokratiju – sil'nee, a grazhdan – vlijatel'nee [Wiki Government: How Technology Can Make Government Better, Democracy Stronger and Citizens More Powerful]. M., 2012 (in Russian).

O'Neil M. Hacking Weber: legitimacy, critique, and trust in peer production // Information, Communication & Society. 2014. Vol. 17. N 7. P. 872–888.

Petuhov V.V. Grazhdanskaja aktivnost' kak al'ternativa antidemokratskomu trendu rossijskoj politiki [Civic activity is an alternative to the democratic trend of Russian policy] // Polis. Politicheskie issledovanija [Polis. Political Studies]. 2013. N 5. S. 87–99 (in Russian).

Petuhov V.V., Petuhov R.V. Demokratii ychastii: institucional'nii krizis I novie perspektivi [Participatory Democracy: Institutional Crisis and New Prospects] // Polis. Politicheskie issledovanija [Polis. Political Studies]. 2015. N 5. S. 25–48 (in Russian).

Rogova A.V. Kraudsorsing kak instrument social'no-jekonomicheskogo razvitiya regiona [Crowdsourcing as a tool for socio-economic development of the region] // Sovremennye problemy nauki i obrazovanija [Modern problems of science and education]. 2013. N 5. URL: <http://www.science-education.ru/ru/article/view?id=10531> (data obrashhenija: 30.12.2015) (in Russian).

Rukina N.A. Informacionno-kommunikacionnye tehnologii: istorii voprosa I sovremennye proplemi [Information and communications technology: chronology of development and current problems] // Vestnik Moskovskogo universiteta. Seria 18. Sociologii i politologii [Moscow State University Bulletin. Series 18. Sociology and political science]. 2013. N 4. S. 187–195 (in Russian).

Rutherford A., Cebrian M., Dsouza S., Moro E., Pentland A., Rahwan I. Limits of social mobilization // PNAS. 2013. April. Vol. 110. N 16. P. 6281–6286.

Rycaeva E. Lokal'naja mudrost' [Local wisdom] // Jekspert Online [Expert online]. URL: <http://expert.ru/expert/2012/17/lokalnaya-mudrost/> (data obrashhenija: 25.01.2016) (in Russian).

Saxton G., Onook O., Kishore R. Rules of crowdsourcing: models, issues, and systems of control // Information Systems Management. 2013. Vol. 30. P. 2–20.

Shapovalova I.S. Organizacionno-tehnologicheskaja model' minimizacii riskov, vznikajushhij pri vnedrenii tehnologij kraudsorsinga [The organizational and technological model of risk minimization in crowdsourcing technologies] // Vlast' [The Authority]. 2014. N 7. S. 14–22 (in Russian).

Sivaks A.N. Kraudsorsing kak sposob optimizacii funkcionirovanija predpriyatij [Crowdsourcing as a way of enterprises functioning optimization] // Naukovedenie [Naukovedenie]. 2015. T. 7. N 1. URL: <http://naukovedenie.ru/PDF/52EVN115.pdf> (data obrashhenija: 30.12.2015) (in Russian).

Sokolov A.V. Jelektronnye kommunikacii v social'noj aktivnosti grazhdan [Electronic communication in the social activity of citizens] // Vlast' [The Authority]. 2015. N 3. S. 67–71 (in Russian).

Volodin prizval uskorit' razvitie sfery internet-uslug [Volodin urged to accelerate the development of Internet-services] // Lenta.ru. URL: <http://lenta.ru/news/2015/12/21/internet/> (data obrashhenija: 25.01.2016) (in Russian).

Vorob'ev A.L., Kostrov D.E. Metodika organizacii forsajt-proektov s pomoshh'ju kraudsorsinga [Methods of the organization of the foresight project using crowdsourcing] // Materialy IV konferencii "TRIZ. Praktika primenenija metodicheskijh instrumentov". 15 nojabrja 2012. [Materials of IV conference "TRIZ. Practice the application of methodological tools". 2012. Nov. 15] URL: <http://metodolog.ru/node/1554> (data obrashhenija: 12.01.2016) (in Russian).

Zotov V.B., Bronnikov I.A. Informacionno-kommunikacionnye tehnologii – lejtmotiv gorodskogo upravlenija [Information and communication technologies – the keynote of the urban management] // Vlast' [The Authority]. 2015. N 11. S. 94–100 (in Russian).