Сергей СТУПНИКОВ

Перспективы применения принципов краудсорсинга органами государственной власти и местного самоуправления

Популяризации термина «краудсорсинг» способствовала публикация книги Джеффа Хау «Краудсорсинг: коллективный разум как инструмент развития бизнеса». В ней отмечалось, что «главный принцип краудсорсинга гласит: у группы знаний больше, чем у отдельного человека, вся хитрость заключается в том, чтобы создать условия для реализации этих знаний» [Хау, 2012. С.263]. Одним из известных примеров краудсорсинга является популярный интернет-ресурс «Википедия».

Не следует путать краудсорсинг с аутсорсингом, когда работа выполняется за определённую плату. При краудсорсинге вообще не нужно платить или надо платить минимум. Всю работу добровольно выполняют организованные профессионалы или любители, которые тратят для этого свое свободное время. Налицо экономически выгодное использование таких ресурсов, как «время других людей», а при использовании для выполнения работы личных денежных или технических средств и «деньги других людей».

Истоки краудсорсинга заложены в пирамиде потребностей Маслоу – неудовлетворённость, нереализованность творческого потенциала через свою основную деятельность. Как следствие, возникает желание выразить себя через увлечения, хобби, интересы. Здесь важно подметить вектора интересов людей и правильно организовать площадку для их реализации. Мотивами участия в коллективной работе являются получаемое удовольствие от выполняемой работы, чувство причастности, а также совершенствование в области деятельности [Хау, 2012. С.21].

В результате обобщения можно дать следующее определение. Краудсорсинг – это механизм организованной самореализации невостребованного творческого потенциала социума.

Краудсорсинг применяется в науке, создании программных продуктов, экономике, искусстве, управленческих процессах, образовании. Наиболее распространены создание контента, анализ данных, сбор информации, поиск решений, тестирование, голосование, сбор мнений.

Разновидностями краудсорсинга являются краудфандинг – механизм привлечения финансирования от добровольных пожертвователей с целью реализации проектов или помощи нуждающимся, а также краудинвестинг – финансирование проектов с целью получения финансового вознаграждения [Чугреев, 2013]. Так, в 2012 г. оборот мирового рынка краудфандинга составил $2,7 млрд., а в 2013 г. уже превысил $5,1 млрд.

Одним из самых успешных в России краудсорсинговых проектов можно считать интернет-сервис «Яндекс. Пробки». В качестве примера целесообразно привести следующие проекты реализации технологии краудсорсинга.

Зарубежные проекты:

Краудсорсинговые платформы

– Kaggle, CrowdFlower, InnoCentive, Academy of Ideas – решение сложных, неординарных задач;
– Flightfox, DARJEELIN – поиск оптимального трансфера;
– Amazon Mechanical Turk – решение микрозадач («открытые инновации»);
– Chaordix, Innopinion, AnswerTap (более 9 млн. человек из 160 стран) – организация обратной связи, сбор мнений;
– DeRev (Италия), Seesaw (США) – организация маркетинговых исследований;
– uTest (США) – тестирование продуктов.

Краудфандинговые платформы

– Kickstarter – пожертвования за нефинансовое вознаграждение, в 2012 г. собрала $320 млн.;
– Smava (Германия), Babyloan (Франция), Lending Club (США) – народное кредитование.

Краудинвестинговые платформы – Seedrs (Великобритания).

Российские проекты:

Краудсорсинговые платформы

– sberbank21.ru – информационный сайт, объединяющий все краудсорсинговые проекты ОАО «Сбербанк России»;
– Witology – совместные проекты с ОАО «Сбербанк России», ГК «Росатом», СК «Согласие», ОАО «РЖД», ОАО «МОЭК», префектурой Зеленоградского административного округа г. Москвы и т.д.;
– Citycelebrity – ориентация на музыку и творчество;
– WikiVote! – обсуждение законопроектов и социальных инициатив;
– GoDesigner – работа с дизайнерами, поиск креативных решений;
– Workdone – площадка дизайнерских решений.

Краудфандинговые платформы – Boomstarter, IT RockOut, Kroogi, Naparapet, Planeta.ru, ThankYou.ru, С миру по нитке, Русини, Виртуальная Рында, Мой учитель, Помоги.org, Тугеза, Электронный благотворительный ящик;

Краудинвестинговые платформы – SmartMarket.

Сергей Ступников, аспирант РАНХиГС (119606, г. Москва, проспект Вернадского, д. 82). E-mail: st775@yandex.ru

Аннотация: Одним из новых механизмов взаимодействия органов власти и общества является краудсорсинг. Автор анализирует понятие краудсорсинга, определяя его как механизм организованной самореализации невостребованного творческого потенциала социума. Для реализации данной технологии необходима разработка комплекса предложенных в статье мероприятий по медиа-коммуникативному сопровождению. Их выполнение позволит наиболее полно использовать потенциал механизма краудсорсинга и обеспечит возможность использования наработок в последующих проектах. Краудсорсинг позволяет использовать эффективные механизмы взаимодействия граждан, экспертных сообществ, структур гражданского общества и органов власти. При этом он полностью соответствует концепции системы «Открытое правительство», направленной на широкое использование современных информационных технологий и новых средств коммуникации в осуществлении взаимодействия с гражданами. Применение органами государственной власти и местного самоуправления в своей деятельности принципов краудсорсинга позволит: оперативно решать нестандартные задачи, требующие кропотливой проверки и анализа больших массивов информации; экономить бюджетные денежные средства и рабочее время штатных сотрудников; применять на практике ещё одну форму соучастия граждан в решении общезначимых вопросов.

Ключевые слова: краудсорсинг, медиа-коммуникативное сопровождение, Открытое правительство.

На интернет-портале crowdsourcing.ru* ведётся статистика текущих краудсорсинговых и краудфандинговых проектов в России. Активно развивается направление «Сбербанк-Краудсорсинг» [Кузнецова, Голдырев, 2013], на сайте которого указывается, что «проекты краудсорсинга становятся своего рода социально-карьерным лифтом, так как дают возможность талантливым людям проявить себя <…> Для компаний этот метод является мощнейшим инструментом, позволяющим с минимальными затратами корректировать развитие бизнеса»**.

Для развития механизмов и принципов взаимодействия граждан, экспертных сообществ, структур гражданского общества и органов власти в России внедряется система «Открытое правительство»***.

На состоявшейся 19 октября 2013 г. в рамках выставки «Неделя Российского Интернета 2013» конференции «Толпа работает или толпа отдыхает. Краудсорсинг в России» отмечалось, что органы исполнительной власти как федерального, так и регионального уровней более активно, чем бизнес-структуры [Бэйкер, 2012], используют механизмы краудсорсинга, в частности, для привлечения идей, обсуждения законодательных инициатив и партисипативных бюджетов [Курочкин, 2013]. Проекты реализуются на площадках Witology, «Йополис» и др. В рамках направления «Открытое правительство» планируется запуск проекта «Понятное правительство». В соответствии с ним к каждому выложенному для обсуждения законопроекту должны прилагаться объяснительные материалы (видеоролики, инфографика, слайды, комиксы, мультфильмы и т.д.). Цель инициативы – выражение общедоступным, понятным языком сути законопроекта.

Краудсорсинг имеет коммуникативную природу и основан на принципах общения участников проекта. В среднем процентное соотношение количества участников по выполняемым работам в проекте составляет: 100% – привлечение внимания, проверка данных; 40% – использование пользовательского контента; 10% – составление рейтингов, рецензирование; 3% – выпуск контента.

Этапы реализации краудсорсингового проекта.

Подготовительный:

– формулирование задачи;
– выработка критериев завершения отдельных этапов и всего проекта;
– определение потенциальных участников;
– выбор площадки для реализации проекта;
– разработка комплекса мероприятий по медиа-коммуникативному сопровождению;
– определение состава организационной группы, распределение функций;
– формулирование правил работы;
– разделение задачи на составляющие элементы;
– предварительная оценка затрат и эффективности проекта на основании анализа полученных в ходе подготовки данных.

Начало работы над проектом:

– информирование потенциальных участников;
– привлечение участников к работе над проектом;
– отработка системы распределения задач и обратной связи с организаторами;
– отработка взаимодействия участников проекта в соответствии с установленными правилами;
– формирование деятельного сообщества.

Работа над проектом:

– модерирование тем, управление работой над проектом;
– накопление результатов работы участников;
– при необходимости уточнение вынесенных на обсуждение вопросов.

Анализ результатов:

– анализ и выбор представленных предложений;
– сравнение результатов работы с выработанным ранее критерием выполнения задачи;
– принятие решения о продолжении работы над проектом или его завершении.

Завершение проекта:

– формирование и представление заказчику проекта окончательного решения поставленной задачи;
– оценка затрат и эффективности проекта, сравнение с предварительной оценкой;
– подведение и опубликование результатов работы над проектом, в т.ч. визуализация активности участников, их распределение по ролям, расчёт репутационных уровней и т.д.;
– проведение мероприятий по сохранению деятельного сообщества и подготовка к участию в последующих проектах.

При планировании медиа-коммуникативных мероприятий необходимо чётко представлять целевую аудиторию информационного воздействия и её социально-психологические характеристики. Создание мыслеформы задачи, предельная конкретизация позволяет направить коллективные усилия в нужное русло и получить желаемый результат.

Недостатки технологии краудсорсинга:

При обсуждении всплывают идеи легковесные и популярные, более содержательные и менее популярные остаются внизу.

Способ решения – фильтрация, экспертная оценка, взвешивание, обратная связь организаторов с участниками для объяснения причин, почему не прошли популярные идеи.

«Цифровая исключительность» – проведение преимущественно интернет-проектов, что значительно сужает круг потенциальных участников.

Способ решения – планирование вариантов офф-лайн мероприятий.

Краудсорсинг представляет мнение не большинства, а лишь активных участников.

Способ решения – в случае решения социально-значимых вопросов дополнять полученные в ходе проекта данные проведением социологических исследований.

Оскорбительные комментарии в адрес других участников проекта.

Способ решения – заранее формулировать и доводить до участников правила работы над проектом, удалять комментарии, переводить не имеющие отношение к существу проекта высказывания в другие разделы.

«Фальшивый» краудсорсинг – работа над проектом ведётся без намерения последующей реализации результатов, что может повлечь недоверие участников к организаторам проекта и распад сообщества.

Проблемные вопросы применения технологии краудсорсинга:

– длительный интервал времени между проектами, во время которого теряется контакт с участниками и сформировавшееся сообщество распадается;
– отсутствие собственных центров компетенции краудсорсинга в организациях не позволяет удержать сформировавшееся деятельное сообщество и экономить на привлечении его к работе над последующими проектами;
– неудовлетворительное управление проектами краудсорсинга государственными организациями – хорошая идея, хорошее качество исполнения продукта, но о проектах мало кто знает. Как следствие, низкая эффективность от их реализации.

Эффективность краудсорсинга определяется параметрами:

количество предложенных идей;

ресурсы организации, сэкономленные в результате бесплатной работы участников проекта;

полученная добавленная стоимость, выраженная в финансовом или ином эквиваленте.

Расчёт эффективности производится на основании сравнения стоимости понесённых затрат и полученных результатов при выполнении проекта штатными сотрудниками организации и с использованием технологии краудсорсинга.

---

* Crowdsourcing.ru: http://crowdsourcing.ru.

** Сбербанк-краудсорсинг: http://sberbank21.ru.

*** Сбербанк-краудсорсинг: http://sberbank21.ru.

В перспективе ожидается изменение формата работы с контентом, который становится все более мультимедийным и предоставляется на различных технологических платформах с целью «захвата» потребителя 24 часа в сутки во всех социальных пространствах (дома, на работе, в транспорте и т.д.), уже в ближайшее время будут активно использоваться двойные экраны (успевать смотреть в два раза больше), формат cross-media (автоматическая трансляция контента через все используемые пользователями медиа-каналы). Налицо тенденция интенсификации использования мобильных устройств – смартфонов, планшетов. Это позволит значительно увеличить ресурсы краудсорсинговых проектов.

Таким образом, применение органами государственной власти и местного самоуправления в своей деятельности принципов краудсорсинга позволяет [Тарасова, 2013]:

Оперативно решать нестандартные задачи и задачи, требующие кропотливой проверки и анализа больших массивов информации.

Экономить бюджетные денежные средства и рабочее время штатных сотрудников.

Применять на практике ещё одну форму соучастия граждан в решении общезначимых вопросов [Петухова, 2013].

Литература

Бэйкер Д. Инновация модели бизнеса через краудсорсинг с использованием социальных сетевых платформ // Проблемы управления в социальных системах. Т4. №6. 2012. С. 87-99.

Кузнецова Э.Р., Голдырев Е.С. Роль краудсорсинга в развитии инновационной политики ОАО «Сбербанк России» // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики // Серия экономика и право. №5-6. 2013. С. 22-24.

Курочкин А.В. Краудсорсинг как новый метод политического управления в условиях сетевого общества // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. №9-1(35). 2013. С. 78-81.

Петухова С.И. Практическая польза краудсорсинга // Интернет-маркетинг. №3. 2013. С. 184-192.

Полутин С.В., Седлецкий А.В. Краудсорсинг как механизм активизации инновационного потенциала общества // Интеграция образования. №3. 2012. С. 68-74.

Тарасова Е.В. Краудсорсинг – технология использования интеллектуального потенциала граждан в государственном и муниципальном управлении // Управление персоналом и интеллектуальными ресурсами в России. Т2. №1(4). 2013. С. 19-21.

Хау Дж. Краудсорсинг: Коллективный разум как инструмент развития бизнеса. М.: Альпина Паблишер, 2012. 288 с.

Чугреев В.Л. Краудфандинг – социальная технология коллективного финансирования: зарубежный опыт использования // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. №4(28). 2013. С. 190-196.

Дополнительная литература

Бет Новек. Wiki-правительство. Как технологии могут сделать власть лучше, демократию – сильнее, а граждан – влиятельнее. М.: Альпина Паблишер, 2012. – 292 с.

Дон Тапскотт, Энтони Д. Уильямс. Викиномика. Как массовое сотрудничество изменяет всё. М.: BestBusinessBooks, 2009. – 392 с.

Шуровьески Джеймс. Мудрость толпы. Почему вместе мы умнее, чем по одиночке, и как коллективный разум формирует бизнес, экономику, общество и государство. М.: ООО «И.Д. Вильяме», 2007. – 304 с.

Li C., Bernoff J. Groundswell. Winning in a World Transformed by Social Technologies: Harvard Business School Press, 2008, p. 224.

MacKay C. Extraordinary Popular Delusions And the Madness of Crowds: Harriman House Limited, 2003, p.132.

Shirky C. Here Comes Everybody: The Power of Organizing Without Organizations: Penguin, 2009, p. 352.

THE APPLICATION OF THE PRINCIPLES OF CROWDSOURCING GOVERNMENT AUTHORITIES AND LOCAL ADMINISTRATIONS

Sergey Stupnikov, postgraduate student of RANEPA (Russia, 119606, Moscow, Vernadsky prospect, 82). E-mail: st775@yandex.ru

Summary: Crowdsourcing – is one of the new mechanisms of interaction between the authorities and society. The author analyzes the concept of crowdsourcing, defining it as a mechanism of self-organized unclaimed creative potential of society. For its implementation it is necessary to develop a complex of proposed measures on media communication support. Their implementation will allow the full use of the potential of the mechanism of crowdsourcing and enable the use of developments in subsequent projects. Crowdsourcing is able to use the best from the mechanisms of interaction of citizens, the expert community, civil society and authorities. However, he fully corresponds to the concept of the «Open government», focused on the wide use of modern information technologies and new means of communication in their interactions with citizens. The use of government authorities and local administrations in its activities the principles of crowdsourcing will promptly solve non-standard tasks and tasks requiring painstaking inspection and analysis of large arrays of information; saving of budget funds and working time of the staff; apply another form of complicity citizens in the solution of vital issues.
Keywords: crowdsourcing, media communication support, open government.

References

Bjejker D. *Innovacija modeli biznesa cherez «kraudsorsing» s ispol'zovaniem social'nyh setevyh platform* [Crouwdsourcing business model innovation using social media platforms]. Problemy upravlenija v social'nyh sistemah. V 4. no 6, 2012, pp. 87-99.

Chugreev V.L. Kraudfanding – social'naja tehnologija kollektivnogo finansirovanija: zarubezhnyj opyt ispol'zovanija [Kraudfanding – social technology of collective financing: foreign experience of use]. *Jekonomicheskie i social'nye peremeny: fakty, tendencii, prognoz,* no 4(28), 2013, pp. 190-196.

Hau Dzh. Kraudsorsing: Kollektivnyj razum kak instrument razvitija biznesa [Collective reason as instrument of business development]. Moscow, Al'pina Pablisher, 2012, 288 p.

Kurochkin A.V. Kraudsorsing kak novyj metod politicheskogo upravlenija v uslovijah setevogo obshhestva [Crowdsourcing as a new method of political management in network society]. *Istoricheskie, filosofskie, politicheskie i juridicheskie nauki, kul'turologija i iskusstvovedenie. Voprosy teorii i praktiki,* no 9-1(35), 2013, pp. 78-81.

Kuznecova Je.R., Goldyrev E.S. Rol' kraudsorsinga v razvitii innovacionnoj politiki OAO «Sberbank Rossii» [Crowdsourcing role in development of innovative policy of JSC Sberbank of Russia]. *Sovremennaja nauka: aktual'nye problemy teorii i praktiki. Serija jekonomika i pravo,* no 5-6, 2013, pp. 22-24.

Petuhova S.I. Prakticheskaja pol'za kraudsorsinga [Practical advantage of crowdsourcing]. *Internet-marketing,* no 3. 2013, pp. 184-192.

Polutin S.V., Sedleckij A.V. Kraudsorsing kak mehanizm aktivizacii innovacionnogo potenciala obshhestva [Crowdsourcing as mechanism of innovative potential of society]. Integracija obrazovanija, no 3, 2012, pp. 68-74.

Tarasova E.V. Kraudsorsing – tehnologija ispol'zovanija intellektual'nogo potenciala grazhdan v gosudarstvennom i municipal'nom upravlenii [Crowdsourcing – technology of use of citizens's intellectual potential in the state and municipal administration]. *Upravlenie personalom i intellektual'nymi resursami v Rossii,* V 2, no 1(4), 2013, pp. 19-21.