

Канин Артем Александрович,

бакалавр 4-го курса

Прудников Андрей Юрьевич,

кандидат политических наук, доцент

Пермского национального исследовательского

политехнического университета

КРАУДСОРСИНГОВЫЕ ПЛАТФОРМЫ В СИСТЕМЕ ПОЛИТИЧЕСКОЙ КОММУНИКАЦИИ РОССИИ И ЗАРУБЕЖНЫХ СТРАН: ОБЩЕЕ И ОСОБЕННОЕ

Аннотация. Рассматривается специфика политического краудсорсинга в сравнительной перспективе в кросс-региональном и идейно-политическом разрезе.

Ключевые слова: политическая коммуникация, политический краудсорсинг, краудсорсинг-проекты.

Kanin Artem,

Undergraduate Student 4th year

Prudnikov Andrei,

Docent

Perm National Rrsearch Polytechnic University

CRAUDSORING PLATFORMS IN THE SYSTEM OF POLITICAL COMMUNICATION OF RUSSIA AND FOREIGN COUNTRIES: GENERAL AND SPECIAL

Abstract. The specifics of political crowdsourcing in a comparative perspective in a cross-regional and ideological-political context is considered.

Keywords: political communication, political crowdsourcing, crowdsourcing projects.

Краудсорсинг основан на принципе количественного и качественного превалирования знания группы людей над знаниями одного человека. Создаваемые в ходе краудсорсинга идеи, знания

и действия формируют базу данных, которая используется в намеренных целях [1].

Применительно к политической сфере краудсорсинг также означает передачу отдельных функций управления (целеполагание, сбор, анализ, контроль, реализация) неопределенному кругу лиц без заключения договора от субъекта управления к объекту.

Для исследования было выбрано шесть политических краудсорсинговых проектов: российские федеральные оппозиционные платформы «Росяма», «Роспил», региональные ресурсы г. Москвы (система городских решений «Вместе!», включающая проекты «Активный гражданин», «Москва — наш город») и Пермского края («Управляем вместе») и зарубежные государственные и муниципальные проекты Citizenscience (США) и Calgary engage (Канада).

Теоретической базой исследования являются результаты работы российских и зарубежных исследователей в сфере политической науки и политической коммуникации [2–12]:

Объектом исследования послужил феномен политической коммуникации, предметом — краудсорсинговые проекты общественно-политической направленности.

Цель исследования — сравнение различных политических краудсорсинг-проектов, выявление типичных их черт и значимой специфики. В числе задач: изучение феноменов политической коммуникации, политического краудсорсинга, анализ действующих краудсорсинговых интернет-платформ общественно-политической направленности, сравнительное исследование данных проектов.

Исходя из проделанного анализа, были получены следующие результаты:

1. Оппозиционные краудсорсинг-проекты не принимают предложений и инициатив, аккумулируя исключительно жалобы граждан, в то время как проекты, созданные по инициативе властей, принимают и те и другие сообщения.

2. Российские муниципальные краудсорсинговые проекты, как правило, не предполагают максимального вовлечения интернет-пользователей в процесс принятия решений на стадии формирования инициативы, предлагая им сделать выбор из числа заранее установленных представителями властей альтернатив. (Канадский

муниципальные проект, напротив, в большей степени нацелен на диалог власти и граждан, и предполагает кардинальный пересмотр той или иной инициативы в зависимости от результатов голосования участников.)

3. Созданные при участии властей отечественные проекты на уровне визуализации и рекламы (яркий дизайн, использование слоганов, запоминающихся приемов нейминга) пытаются активно воздействовать на эмоциональную сферу восприятия интернет-пользователей, параллельно делая особый акцент на их причастности к судьбе родного города или региона.

4. Российские провластные проекты в отличие от зарубежных аналогов стимулируют пользователей к участию в том числе за счет классических маркетинговых акций (к примеру, присуждая за голоование баллы, которые можно использовать в обмен на те или иные бонусы от муниципалитета).

Литература

1. *Голубев Е. В.* Краудсорсинговый проект, как система: необходимые элементы, их взаимосвязь, ограничения и способы преодоления. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kraudsorsingovyy-proekt-kak-sistema-neobhodimye-elementy-ih-vzaimosvyaz-ogranicheniya-i-sposoby-preodoleniya> (дата обращения: 15.12.2019).

2. *Володенков С. В.* Особенности интернета как современного пространства политических коммуникаций. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-interneta-kak-sovremennogo-prostranstva-politicheskikh-kommunikatsiy/viewer> (дата обращения: 15.12.2019).

3. *Евстафьев В. А.* Категория политического участия в зарубежной и отечественной политической науке. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kategoriya-politicheskogo-uchastiya-v-zarubezhnoy-i-otechestvennoy-politicheskoy-nauke> (дата обращения: 15.12.2019).

4. *Емелина Д. А.* Политическая коммуникация через Интернет. URL: <http://lawinrussia.ru/content/politicheskaya-kommunikaciya-cherez-internet> (дата обращения: 15.12.2019).

5. *Корытнникова Н. В.* Интернет как средство производства сетевых коммуникаций в условиях виртуализации общества // Социс. — 2007. — № 2. — С. 85–93.

6. Лобова С. В., Долженко Р. А. Направление использования краудсорсинга для решения государственных и общественных задач в регионе. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/napravleniya-ispolzovaniya-kraudsorsinga-dlya-resheniya-gosudarstvennyh-i-obschestvennyh-zadach-v-regione> (дата обращения: 15.12.2019).

7. Масланов Е. В., Масланов Д. В., Подсеваткин И. С. Особенности построения интернет-площадок в области политического краудсорсинга. URL: <https://vestnik.socio.msu.ru/jour/article/view/246/222> (дата обращения: 15.12.2019).

8. Прибытков Ю. Б. Политический краудсорсинг в системе местного самоуправления как фактор проявления гражданской политической культуры России // Наука Красноярья. — 2017. — Т. 6, № 4.

9. Роменков А. В. Интернет-блог как инструмент политической борьбы // Власть. — 2008. — № 7. — С. 79–82.

10. Crowdsourcing: Crowdfunding, Crowdvoting, Crowdcreation // Zeitschrift für Controlling und Management (ZFCM). — 2012. — № 56. — P. 388–392.

11. Pye L. Political Communication // The Blackwell Encyclopedia of Political Institutions. — Oxford — New York, 1987. — P. 442.

12. Aitamurto T. Crowdsourcing for democracy: a New era in policy making. — 2012. — P. 48.