

8. Швейцарсько-український проект «Підтримка децентралізації в Україні» DESPRO, 2015 ; [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.minregion.gov.ua/news/maemo-konsoliduvati-zusillya-usih-prihilnikiv-decentralizaciyi-v-ukrayini---vyacheslav-negoda-pid-chas-pidpisannya-memorandumu-p-277132/>.

*Голка В.Є., аспірант,
ДЗ «Південноукраїнський національний педагогічний університет
ім. К. Д. Ушинського» (Одеса)*

МОЖЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ ПРАКТИК КРАУДСОРСИНГУ У ПРОЕКТАХ РЕГІОНАЛЬНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ

В останні роки відбувається пошук нових дієвих технологій для взаємодії з громадськістю на усіх рівнях – від глобального до локального. Як наголошує К. Левіна, «сьогодні від моделі *co-operation* ми переходимо до моделі *co-creation*. На передній план виходить обмін ідеями та поглядами для досягнення найкращого результату» [3, с. 36]. Провідним трендом стає активізація соціально-політичного дискурсу шляхом його віртуалізації та використання новітніх інформаційно-комунікативних технологій.

Краудсорсинг є одним із форматів взаємодопомоги людей. Краудсорсинг – це залучення людських можливостей для спільного вирішення певних проблем чи втілення проектів. Якщо завдяки краудфандингу спільними зусиллями збирають кошти, то в краудсорсингу спільними зусиллями виконують конкретну роботу – це може бути як фізична допомога, так і щось безособове. Краудсорсинг уможлиблює втілення запланованої ідеї силами звичайних людей – волонтерів і просто небайдужих.

Краудсорсинг означає: 1) «використання колективного розуму і праці добровольців для різних корисних цілей, зокрема і комерційних» [1, с. 39]; 2) «передачу організацією певних функцій невизначеному колу осіб без укладання трудової угоди на основі публічної оферти» [4]; 3) «процес передачі завдань значній, часто анонімній, кількості індивідів «людському натовпу» (Інтернет співтовариству) та залучення їхніх активів, ресурсів, знань або досвіду» [8, с. 8]; 4) «отримання ідей, відгуків для прийняття рішень щодо розвитку діяльності корпорації» [6, с. 4]. Тлумачний словник «Merriam-Webster» визначає краудсорсинг як «метод отримання необхідних послуг, ідей чи інформації шляхом звернення до великої кількості різноманітних груп, найчастіше за допомогою мережі Інтернет» [7]. Отже, краудсорсинг – це спільна інтелектуальна робота великої кількості незнайомих між собою людей над спільним завданням у мережевому середовищі [3, с. 36].

Краудсорсинг можна розглядати як новий формат соціально-політичного діалогу. Його особливості:

- відсутність оплати (зрідка – мінімальна винагорода) за виконувани функції;
- значна кількість добровольців-виконавців у проекті;

- використання віртуальних мереж, які уможливають оптимізацію витрат на пошук, збір та обробку інформації;
- використання віртуальних мереж, які дозволяють роздробити роботу на низку складових, що об'єднують єдине ціле, уподібнюючись мозаїці.

Краудсорсинг не був би можливим без Інтернету – саме через мережу люди можуть координувати свої дії, обговорювати шляхи вирішення проблем та збиратись у спільноти. Проте краудсорсинг має дві важливі особливості: добровільність; структурованість. У нашій країні слово «краудсорсинг» не надто відоме, але уже є приклади цікавих проектів силами спільноти (наприклад, громадська акція з прибирання своїх міст, яка відбувається кожного року навесні «Зробимо Україну чистою»).

Менше прикладів можна віднайти в українській практиці, якщо мова про саме політичний краудфандинг, потенціал якого в Україні ще не оцінений. Водночас останніми роками у різних за критерієм рівня розвитку країнах політичний краудсорсинг набуває популярності. Інтернет та інші соціальні мережі використовуються споживачами для створення інструментів, здатних коректувати урядову політику. «Арабська весна» підштовхнула багатьох активістів та й пересічних користувачів Мережі використовувати насамперед Twitter і Facebook для планування акцій протесту та розповсюдження революційних закликів проти правлячих кіл Єгипту, Ємена, Лівії.

Причини, з яких краудсорсинг доречно застосовувати в політиці:

1) генерація великої кількості нових ідей (краудсорсинг забезпечує значно більшу кількість інсайтів, отриманих від пересічних користувачів Інтернету. Отримання більшої кількості нових ідей дозволяє сподіватися на те, що серед них буде більше вдалих пропозицій);

2) відібрані ідеї будуть більш тісно пов'язані з співтовариством послідовників (персональні ідеї будуть корисні вашої цільової аудиторії, оскільки саме вона згенерувала дані пропозиції);

3) відкрита методологія створює більш прозору та демократичну систему (користувачі можуть бачити, звідки беруться ті чи інші ідеї, що сприяє підвищенню рівня їх залученості й створює додаткову підтримку політики, яка проводиться).

За допомогою краудсорсингу у багатьох містах світу реалізуються проекти під умовною назвою «розумне місто» (англ. *Smart City*), а для обговорення результатів регулярно проводиться Генеральна Асамблея Всесвітньої організації електронних урядів міст та місцевої влади. (WeGO³). Сьогодні мова вже йде не просто про розширення спектра електронних послуг, а про об'єднання їх у систему «розумного міста», яка організовує управління завдячуючи ініціативам громадськості, генеруванні нею ідей, тобто краудсорсингу. Краудсорсинг дозволяє активно просувати політику відкритого

³ WeGO – Всесвітня організація, яка об'єднує уряди міст держав світу, зацікавлених у покращенні рівня життя громадян на основі електронного управління, через застосування ІКТ-інструментів.

муніципального управління, через різноманітні портали, на яких акумулюються пропозиції громадськості. У «розумному місті» кожен зацікавлений житель стає не лише споживачем послуг, але й учасником прийняття рішень щодо покращення якості життя. Просто наявність сучасних електронних сервісів не забезпечує залучення громадськості до розв'язання проблем; натомість цілеспрямовані практики краудсорсингу спрямовані колективно генерування ідей.

Отже, краудсорсинг дедалі частіше використовується як новітній метод залучення громадськості у політичні процеси. Він стає об'єктом наукових досліджень, які «крокують у ногу» з процесом становлення практики краудсорсингу. Зокрема, виділимо книгу дослідниці Т. Аїтамурто «Краудсорсинг для демократії: нова ера у прийнятті політичних рішень» [5], де зроблено одну із перших у політичній науці спроб дослідити практику застосування та результативність політичного краудсорсингу.

Охарактеризуємо кілька успішних краудсорсингових кампаній у політиці.

1. Ісландія, 2012 р. Ця країна цікава для дослідження досвіду застосування краудсорсингу в політичній практиці щонайменше з двох причин: 1) це єдина держава, в якому технологія краудсорсингу вже успішно застосована до розробки конституцій; 2) краудсорсинг став одним із методів виходу з політичної кризи, що стала наслідком найтяжчого економічного спаду в країні у 2008 р. [2, с. 80]. Проект Конституції розроблявся користувачами соціальних мереж Twitter, Facebook, YouTube та ін.

2. Фінляндія, 2012 р. Запущена краудсорсингова платформа Open Ministry, призначена для створення громадськістю нових законопроектів. Якщо запропонований громадянином законопроект збере щонайменше 50 тисяч підписів, він буде винесений на парламентське голосування.

3. США. Поки що громадяни не публікують власних законопроектів, однак можуть спілкуватися з політиками за допомогою ресурсу PopVox, на якому законопроекти, запропоновані в Конгресі, розміщуються на окремих сторінках, надаючи виборцям можливість залишати свої відгуки. Цей ресурс допомагає налагодити спілкування між політиками та їхніми виборцями.

Сучасні політики намагаються знайти нові способи взаємодії з потенційними виборцями та громадськістю в цілому. Основними напрямками, в яких застосування краудсорсингу виправдане для привернення уваги та просування політичних кампаній:

1. *Створення політичного профілю.* Приклади: 1) Президент США Б. Обама працював із Artworks при створенні краудсорсингових постерів, присвячених збільшенню робочих місць; постери трьох фіналістів конкурсу були підписані главою держави, оформлені для продажу для збору коштів на подальшого просування проекту; 2) кандидат у депутати австралійського парламенту 2013 року К. Радд працював із краудсорсинговою платформою DesignCrowd, щоб створити дизайн передвиборчого слогана та фірмової футболки; він відібрав переможця зі понад чотирьохсот варіантів і справді використав обрану ідею для своєю кампанії.

2. *Надання влади народу.* Приклади: 1) ще у «докраудсорсингову еру» перший австралійський прем'єр Е. Бартон у 1901 році зініціював міжнародний конкурс зі створення ескізу австралійського державного прапора; конкурс отримав понад 30 тисяч пропозицій; 2) у 2010 році уряд Індії за допомогою краудсорсингу створював дизайн нової індійської рупії. Було запропоновано понад 8 тисяч варіантів дизайну від учасників з усіх куточків країни; проект привернув глобальну увагу, а рупія стала упізнаваним у світі символом.

3. *Допомога населенню в регіонах кризи.* Приклади: 1) у ПАР діяв краудсорсинговий сайт Agang South Africa, щоб допомогти відновити країну, яка отримала у 1994 році незалежність; мета – посили вплив громадськості на результати виборів; 2) сьогодні низка проектів (наприклад, проекти організації Італійська коаліція за громадянські права та свободи (Cild) та Chicas Ponderosas), що з спрямовані на пошук шляхів допомоги тим 19 млн осіб, які лише за 2014 рік стали біженцями через війни чи переслідування) і кількість яких різко зросла у 2015 році (сирійці, іракці та еритрейці та ін.).

4. *Розробка законопроектів.* Прикладами є уже згадуваний досвід Фінляндії та Ірландії. В Ісландії соціальні мережі використовувалися при процесі прийняття (обговорення) тексту Основного Закону; пропозиції громадськості приймалися у Facebook і Twitter.

Із краудсорсинговими проектами виступають структури різних рівнів – від глобальних до локальних. Так, ООН у 2015 р. реалізовувала проект «Beyond 2015» – глобальну ініціативу, покликану залучити молодь до вирішення соціальних проблем та інформувати світових політичних лідерів про те, що має стати їх пріоритетами. Краудсорсингова модель дозволила молоді з понад 80 країн поділитися своїми ідеями, обговорити життєво важливі проблеми і можливі шляхи їх розв'язання. За три місяці краудсорсинговий проект зібрав понад 1 тис. унікальних ідей і отримав понад 27 тис. відгуків і коментарів; Інтернет-спільнота, яку охопив цей проект налічує понад 16 млн осіб із усього світу.

Особливе значення технологія краудсорсингу має для формування активного політичного співтовариства та забезпечення прозорості процесу прийняття політичних рішень. Краудсорсинг дозволяє не тільки досягти високого ступеня участі громадян у розробці певних проектів, а й сформувати почуття національної єдності. Вільна участь громадян у процесі розробки та прийняття політичних рішень дозволяє уникнути тиску зацікавлених груп, що користуються, як правило, привілейованим становищем у законотворчому процесі.

Застосування технологій краудсорсингу в суспільно-політичній сфері – загальносвітовий технологічний тренд, що підвищує прозорість державних органів, залучення населення в процес політичної комунікації та роботи над соціально значущими завданнями, здатними реально поліпшити якість життя громадян. Із одного боку, технологія краудсорсингу є інструментом, який володіє потенціалом формування відповідальної та активної громадянської позиції. З іншого боку – це система, яка дозволяє проводити відкриту

інформаційну політику, бути готовим до адекватного та оперативному сприйняттю та прогнозування суспільних настроїв. [3, с. 41]. Наше дослідження можливостей політичного краудсорсингу довело: соціальні мережі уже змінили спосіб спілкування громадськості та влади, і новітні технології можуть допомогти у реалізації справді демократичного підходу до реалізації політики на усіх її рівнях. На рівні регіонального, муніципального управління така практика може бути дуже ефективно.

Поки що краудсорсинг залишається новим та доволі незвичним інструментом, але має потенціал стати нормою випрацювання політичних ідей на усіх рівнях, особливо на регіональному. Громадяни хочуть впливати на політику і значна їх частина готові використовувати для цього цифрові інструменти. Краудсорсинг створює нові можливості громадянського активізму у політиці; це по-справжньому революційний спосіб досягнути мети – побудови спільноти, у якій кожен може бути почутий.

Список використаних джерел

1. Долгин А. Манифест новой экономики. Вторая невидимая рука рынка / А. Долгин. – М. : «АСТ», 2010. – 256 с.
2. Курочкин А. В. Краудсорсинг как новый метод политического управления в условиях сетевого общества / А. В. Курочкин // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. – 2013. – № 9-1 (35). – С. 78-81.
3. Левина Е. А. Применение технологий краудсорсинга в социально-политическом диалоге / Е. А. Левина // Проблемный анализ и государственно-управленческое проектирование. – 2012. – № 5 (25). – Т. 5. – С. 36-41.
4. Словник іншомовних слів [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.jnsm.com.ua/cgi-in/u/book/sis.pl?Article=10223&action>. – Назва з екрана.
5. Aitamurto T. Crowdsourcing for Democracy: A New Era in Policy Making. – Publication of the Committee for the Future | 1/2012 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://www.eduskunta.fi/FI/tietoaeduskunnasta/julkaisut/Documents/tuvj_1+2012.pdf.
6. Belleflamme P. Crowdfunding: tapping the right crowd / P. Belleflamme, T. Lambert, A. Schwienbacher // Journal of Business Venturing. – 2013. – July. – pp.1-45.
7. Definition of Crowdsourcing [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.merriamwebster.com/dictionary/crowdsourcing>. – Назва з екрана.
8. Hemer J. A snapshot on crowdfunding / J. Hemer // The Open Access Publication Server of the ZBW. – 2011. – Pp.1-39.