

Малишенко Л.О.,
Голка В.Є.

Краудсорсингові проекти в контексті публічного виміру політики

УДК 323.2: 061.2 : 336

Малишенко Л.О.,
кандидат політичних наук, доцент,
завідувач кафедри природно-
гуманітарних дисциплін
Одеського торговельно-економічного
інституту
Київського національного торговельно-
економічного університету
Голка В.Є.,
кандидат політичних наук,
завідувач відділення «Фінанси і кредит»
Одеського фінансово-економічного
коледжу
Київського національного торговельно-
економічного університету

Розглядаючи роль краудсорсингу в громадсько-політичному житті, перш за все варто зазначити, що останнім часом у США і країнах Європи укорінюється тенденція широкого використання цього феномену для організації діалогу та довготривалої взаємодії уряду з громадянами, а також залучення креативної частини населення до розв'язку завдань державного та місцевого рівня.

У зазначеному контексті вважаємо за доцільне навести найбільш відомі краудсорсинговими платформами, які реалізують проекти публічної політики у США в останнє десятиліття. Це, як відомо, американська платформа «Povox» (<https://www.povox.com/>). Вона використовується для онлайн-голосування, збору оцінок і думок людей щодо законопроектів, поданих на розгляд до Конгресу США [1]. Платформа є майданчиком для висловлювання, дискусії для зацікавленої громадськості, а натомість конгресмени отримують зручний інструмент для перегляду даних від користувачів щодо законопроекту, мають доступ до громадської думки. Цей ресурс допомагає налагодити спілкування між політиками та їхніми виборцями.

Наступна платформа – американський краудсорсинговий сервіс «Open Government Dialogue» (<http://opengov.ideascale.com/>). Він використовується на «порталах тридцяти трьох міністерств та департаментів США для забезпечення зворотного зв'язку і залучення конструктивних ідей громадян» [2, с. 382]. Завдяки йому уможливлене ініціювання певних нормативних актів, а також коментування законодавчих ініціатив, голосування за ідею потреби певного нормативного акту.

Аналізуються технології громадсько-політичного краудсорсингу як сучасного підходу конструювання політичного діалогу та забезпечення прозорості влади. Аргументується виправданість їх застосування в громадсько-політичній сфері. Вивчаються причини, які актуалізують використання краудсорсингу в політиці, а також світовий та український досвід їх застосування. Визначаються чинники, від яких залежить успішність краудсорсингових проектів у політиці.

Ключові слова: громадсько-політичний краудсорсинг, краудсорсингові проекти, політика, громадськість, суспільство, публічність, інформаційно-комунікаційні технології.

Анализируются технологии общественно-политического краудсорсинга как современного подхода конструирования политического диалога и обеспечения прозрачности власти. Аргументируется оправданность их применения в общественно-политической сфере. Изучаются причины, которые актуализируют исполь-

зование краудсорсинга в политике, а также мировой и украинский опыт их применения. Определяются факторы, от которых зависит успешность краудсорсинговых проектов в политике.

Ключевые слова: общественно-политический краудсорсинг, краудсорсинговые проекты, политика, общественность, общество, публичность, информационно-коммуникационные технологии.

Technologies of political socio-political crowdsourcing is analysed as modern approach to make political dialogue and provide transparency of authorities. Justification for their use in socio-political sphere is being argued. Reasons that actualize the use of crowdsourcing in policy as well as global and Ukrainian experience of their application are studied. There are identified the factors that affect the success of crowdsourcing projects in policy.

Key words: socio-political crowdsourcing, crowdsourcing projects, politics, public, society, publicity, information and communication technologies.

Широко відомий і краудсорсинговий проект Гарвардського університету «LexPop» (<http://lexpop.org/>), спрямований на ініціювання та розгортання суспільних дискусій щодо чинного законодавства, яке потребує внесення нормативних змін, а також обговорення нових законопроектів із подальшим конструюванням свого бачення тексту майбутнього законодавчого акту.

Заслугує науковій увазі і американський портал «We the People» (<http://www.civiced.org/programs/wtp/>), на якому користувачі можуть розміщувати свої звернення до президента і збирати голоси на їх підтримку. «Надати всім американцям змогу привертати увагу влади до їхніх проблем» – офіційний слоган порталу. Для реакції Білого дому на петицію необхідно зібрати 100 тис. голосів, протягом 30 днів [3].

Не менш дієві і британські проекти. Так, заслугоє всебічній увазі проект «Petitions» (<https://petition.parliament.uk/>), що діє з урядової ініціативи з 2008 року. Він уможливляє внесення громадянином пропозиції щодо роботи уряду та створення нових законопроектів. Мініміально необхідна кількість для розгляду петиції – 100 тис. підписів.

Наступний британський проект – «Comment on This» (<http://www.commentonthis.com/>) – діє з 2006 року для коментування мережевою спільнотою національних урядових актів.

Варто зазначити і фінську платформу «Open Ministry» (<http://www.openministry.org/>), яка з 2012 року організовує онлайн-голосування користувачів за запропоновані у форматі петицій законопроекти. Мініміально необхідна кількість для розгляду петиції парламентом – 50 тисяч підписів.

Відтак 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, можна визначити наступні.

Створення політичного профілю. Приклади: 1) колишній 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 своєї кампанії. І таких прикладів можна навести чимало.

Наступний напрям – надання влади народу. Приклади: 1) ще в «докраудсорсингову еру» перший австралійський прем'єр Е. Бартон у 1901 році ініціював 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 із усієї країни; проект привернув глобальну увагу, а рупія стала упізнаваним у світі символом.

Надзвичайно важливим напрямом є допомога населенню в регіонах кризи. Відомими прикладами цього напрямку можна навести такі: 1) у ПАР діяв краудсорсинговий сайт Agang South Africa, щоб допомогти відновити країну, яка отримала у 1994 році незалежність; мета – посилити вплив громадськості на результати виборів; 2) сьогодні низка проектів (наприклад, проекти організації Італійська коаліція за громадянські права та свободи (Cild) та Chicas Ponderosas) спрямовані на пошук шляхів допомоги біженцям. Цей вид краудсорсингу особливо актуальний у контексті міграційних програм сучасності.

Варто відокремити і такий напрям, як розробка законопроектів. Однією з найцікавіших громадсько-політичних краудсорсингових кампаній є конструювання Основного Закону Ісландії у 2012 році. Ця країна цікава для дослідження досвіду застосування краудсорсингу в політичній практиці зонайменше з двох причин: а) це єдина держава, в якій технологія краудсорсингу успішно застосована саме до розробки конституцій; б) краудсорсинг став одним із методів виходу з політичної кризи, що стала наслідком найтяжчого економічного спаду в країні у 2008 році [4, с. 80]. Реалізація цього громадсько-політичного краудсорсингового проекту проходила певні кроки: 1) Конституційний комітет

Ісландії оприлюднив об'ємний звіт (700 сторінок) про стан конституційного законодавства в країні та перспективи його вдосконалення; 2) загальних виборах були обрані 25 членів Конституційної асамблеї (безпартійних представників різних регіонів Ісландії) – спеціального органу, створеного для розробки та вдосконалення проекту нової конституції країни [5]; 3) щотижня члени Конституційної асамблеї розміщували на спеціальному Інтернет-порталі нові законодавчі пропозиції, які поступали від громадян, використовуючи Facebook, Twitter, YouTube та ін.; усі засідання асамблеї також транслювалися в Інтернеті і були відкриті для онлайн участі громадян [6, с. 80].

Ряд дослідників відокремлюють законотворчий громадсько-політичний краудсорсинг. Так, на думку А. Хом'як, «...розвиток інформаційно-комунікативних технологій в основі змінює процес законотворчості і виносить його на новий публічний рівень, який дозволяє залучати широкі маси до вирішення актуальних питань» [7, с. 383], тому цей вид краудсорсингу має право на існування, хоча і не є загальноносприйнятним у науковій фаховій літературі.

Варто звернути увагу на те, що законотворчий краудсорсинг втілюється не лише в позитивні, суспільно корисні результати. Так, негативний досвід використання краудсорсингу і в першу чергу вікі-технологій у суспільній законотворчій практиці відомий при спробі громадського доопрацювання новозеландського «Закону про поліцію» (Police Act). У березні 2006 року уряд Нової Зеландії ініціював процес прийняття нового акту, який повинен був прийти на зміну старому (1958 р.); прийняття акту було заплановане на 2008 рік (вступив у дію 01.10.2008 р.). Департамент поліції вирішив провести громадські консультації за допомогою сучасних інформаційних технологій, залучивши до «народного рецензування» максимально широкі верстви населення країни, в тому числі тих, хто традиційно не приймає активної участі в обговоренні законів (жителів віддалених районів, молодь, представників народу маорі, експатріантів та ін.) [8]. 14.09.2007 р. був запущений краудсорсинговий майданчик на базі програмної платформи MediaWiki (<http://wiki.policeact.govt.nz/>; нині сторінка закрита, діяла до 30.09.2007 р.), на якій відвідувачі могли створювати нові сторінки, робити редагування без персональної реєстрації. Дослідники, які вивчали новозеландський досвід законотворчого краудсорсингу, зауважують, що «така надмірна відкритість і фактична анонімність учасників призвела до того, що значна частина дій була актами вікі-вандалізму» [9, с. 15]. За два тижні кількість записів від користувачів досягла 30 тисяч, і через два тижні після запуску проекту його довелося закрити, оскільки члени проектної команди «New Zealand Police Act Review» не справлялися з модеруванням багаточисельних коментарів від

незареєстрованих користувачів і оформленням відповідно до правил документообігу всіх пропозицій. І хоч певні пропозиції, отримані в межах проекту, були оформлені та передані до юридичного відділу новозеландського уряду, експертна спільнота вважає такий досвід невдалим з огляду на недостатнє розуміння членами проектною команди принципів краудсорсингу і особливостей використання вікі-технологій.

Власне новозеландський досвід 2007 року був урахований у подальшій світовій практиці законотворчого краудсорсингу. Вже усталеним є термін «електронне нормотворення» або «е-нормотворення» (англ. *electronic rulemaking*). За допомогою цього механізму громадськість залучається до нормотворчості. Цим підвищується рівень відкритості, прозорості, легітимності й ефективності розробки юридичного акту, зменшується вартість його розробки, покращується якість, прозорість регуляторної політики держави.

На прикладі законотворчого краудсорсингу як виду громадсько-політичного в даному контексті були розкриті можливості громадськості в конструюванні нормативно-правової бази держави. Можна визначити ще й інші види краудсорсингу, а саме – електоральний, революційний (протестний), антикорупційний, військовий, міграційний, муніципальний, медіа-краудсорсинг.

Підкреслимо, що громадсько-політичний краудсорсинг активно застосовують у своїй практиці міжнародні організації. Зокрема, ООН ставить перед собою глобальні завдання, але для їх розв'язання потребує креативних рішень, ініційованих громадськістю всієї планети. Окремі структури ООН активно практикують краудсорсинг, наприклад:

– Дитячий фонд ООН (UNICEF) має спеціальну програму з інновацій (<http://www.unicefinnovationlabs.org/>), а також проводить краудсорсингові конкурси на визначення привабливих проектів на задані теми;

– ООН започаткувала краудсорсинговий діалог (<https://www.worldwewant2030.org/groups>) щодо перспектив розвитку планети у період до 2030 року. Була запущена краудсорсингова ініціатива, в межах якої користувачі голосують за важливість кожної глобальної проблеми, першочерговість розв'язку саме її;

– у 2015 році ООН 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 тисячу унікальних ідей і отримав понад 27 тисяч відгуків і коментарів; Інтернет-спільнота,

яку охопив цей проект, налічує понад 16 млн. осіб із усього світу.

В останні роки громадсько-політичний краудсорсинг демонструє ефективність особливо в надзвичайних ситуаціях. Наприклад, японці створили краудсорсинговий ресурс для збору даних про радіаційних фон у різних регіонах країни; американці інтегрували соціальні мережі в процес попередження та ліквідації різних стихій і под.

Із краудсорсинговими проектами виступають структури різних рівнів – від глобальних до локальних. За допомогою краудсорсингу в 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 і місцевої влади. 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 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 на колективне генерування ідей.

Погоджуємося з В. Пальчевською, яка вказує на можливості краудсорсингу для вирішення проблем локального рівня і підкреслює, що в Україні спостерігається тенденція до розвитку саме громадських ініціатив і платформ локального рівня, а не національних та державних, яких практично немає або ж їх популярність є незначною [10]. В Україні громадсько-політичний краудсорсинг лише починає укорінюватися. Є приклади цікавих проектів силами спільноти (наприклад, громадська акція з прибирання своїх міст, яка відбувається кожного року навесні «Зробимо Україну чистою»). Менше в українській практиці є проявів саме політичного краудсорсингу, але такий досвід стрімко набувається. Наприклад: «канцелярська сотня» як волонтерський проект, який виник під час подій на Майдані взимку 2014 року та відновлював документи, які намагався знищити повалений режим; згодом почали відновлюватися та оприлюднюватися документи олігархів-утікачів.

Аналіз зарубіжного досвіду засвідчи, що успішність реалізації краудсорсингових проектів у політиці залежить від низки чинників, зокрема:

– наскільки чітко визначена кінцева мета та спланований покроковий перебіг руху до неї. Кра-

удсорсинговий проект повинен чітко декларувати свою мету, спосіб її досягнення і роль учасників проекту. Необхідна чітка орієнтація на громадян як основних учасників проекту. На старті реалізації проекту важливо розуміти, що буде результатом: ідеї, знання або досвід;

– якість комунікації після запуску проекту. Адже краудсорсинг не відбувається автоматично, як тільки запущений у Мережу, а інформацію про громадсько-політичний проект необхідно поширювати усеможливими каналами. Такий вид краудсорсингу не завжди привертає увагу, потрібна терплячість та наполегливість у зацікавленні та залученні учасників;

– простота технологічного рішення краудсорсингового проекту, що зробить його доступним для пересічних користувачів (нескладний інтерфейс);

– подальше постійне управління проектом: модерування дискусій, відповіді на запитання тощо. А окрім цього, і специфічні додаткові завдання, як-от: видалення образливих коментарів, «відбивання» тролінг-атак; це все є невід’ємними характеристиками Інтернет-спілкування на політичні теми;

– правильне визначення тривалості проекту, адже краудсорсинг – не перманентний проект з просування певного громадсько-політичного питання. Якщо про проект відомо, що долучитися до нього можна лишень в окреслений час (наприклад, кілька тижнів), то це стимулює людей долучатися. Утім, можуть бути й триваліші проекти – наприклад, кількомісячний збір підписів під петицією. Якщо проект тривалий у часі, необхідне періодичне оприлюднення проміжних результатів проекту;

– регулярне проведення для підтримки проекту офлайн-заходів. Саме такий формат спілкування допомагає розповсюдити інформацію про проект, є нагодою для учасників зустрітися з організаторами;

– постійний аналіз і моніторинг проекту упродовж його реалізації, а також аналіз результатів після завершення. Результати аналізу, які засвідчують результативність краудсорсингової кампанії, неодмінно потрібно опублікувати онлайн для ознайомлення всіма учасниками та зацікавленою громадськістю.

Безумовно, на шляху до усталеності практик громадсько-політичного краудсорсингу є низка перешкод:

– цифрова ізоляваність доволі значної кількості дорослого населення як політичних акторів. Хоч кількість тих, хто інтегрується в Мережу, постійно зростає. Тому в організації краудсорсингових проектів доцільно додавати такі можливості участі в проекті, які не вимагають обов’язкового користування Інтернетом, тобто офлайн-заходи;

– краудсорсинг не є еквівалентом демократії, думка учасників якогось політичного краудсорсингового проекту не є, як правило, думкою більшості. Але краудсорсинг можна сприймати як частину демократії, наприклад використовуючи метод опитування. Важливість краудсорсингу для громадян полягає в тому, що він стає новим інструментом громадсько-політичного активізму та лобіювання громадсько-політичних інтересів суспільства;

– краудсорсинг не замінює думки експертів. Утім, залежно від теми думка громадськості може як бути прирівняна до експертного висновку, так і бути другорядною;

– громадсько-політичний краудсорсинг потребує технічних і людських ресурсів. Проте не для всіх краудсорсингових проектів завше необхідні нові технічні рішення, позаяк є багато програмного забезпечення і безоплатних інструментів на взірець Twitter чи Facebook;

– проблема залучення учасників. Зазвичай громадяни дізнаються про краудсорсинг і долучаються до нього не несподівано. Оскільки політичний краудсорсинг є новим і незнайомим для більшості процесом, то потрібно особливу увагу приділяти роботі зі спільнотою та популяризації можливостей краудсорсингу;

– громадсько-політичний краудсорсинг стоїть перед складним завданням: як інтегрувати думки людей у фінальне рішення – чи то пропозиція законопроекту, чи то стратегія розвитку країни (регіону, міста). Є небезпека, що краудсорсинг стане лише інструментом політиків для привернення до себе уваги. Тобто краудсорсинг може перестати відповідати своєму значенню, а мотивація людей долучатися до таких проектів у майбутньому знизиться.

На нашу думку, практики громадсько-політичного краудсорсингу (особливо таких його видів, як законотворчий, муніципальний та ін.) є проявами так званої відкритої політики як діяльності, «яка характеризується системною взаємодією держави, інститутів громадянського суспільства, різноманітних соціальних, професійних груп і верств, громадських об’єднань щодо реалізації приватних і суспільних інтересів, розподілу та використання ресурсів із урахуванням волевиявлення народу» [11, с. 44]. Такі сучасні практики, як краудсорсинг, характерні для публічного виміру політики з притаманними йому соціальним партнерством і політичним консенсусом.

Зарубіжний досвід демонструє, що основними напрямками застосування краудсорсингу в громадсько-політичному житті є: створення політичного профілю політика, його кампанії; участь громадськості у створенні дизайну державної символіки, грошової одиниці, емблеми знакової події; організація допомоги населенню в регіонах кризи; законопроектна робота; реалізація проектів «розумного міста» тощо.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Шаро А. Краудсорсинговая платформа для оценки и влияния на законодательскую деятельность РОРВОХ / А. Шаро [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://crowdsourcing.ru/sites/268>. – Назва з екрана. – Дата доступу: 06.04.2016.
2. Хомяк А.Ю. Краудсорсинг як практична форма публічної політики / А.Ю. Хомяк, О.М. Чальцева // Гілея. – 2014. – Вип. 83. – С. 381–383.
3. Хомяк А. Як працює електронна демократія (аналітика) / А. Хомяк [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://grushevskogo5.com/sobitiya/yak-pratsyu-elektronna-demokrat-ya-anal-tika/>. – Назва з екрана. – Дата доступу: 06.04.2016.
4. 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(35): в 2-х ч. – Ч. 1. – С. 78–81.
5. Gylfason T. Constitutions: Financial Crisis Can Lead to Change / Т. Gylfason // Challenge. – 2012. – № 55(5). – Р. 106–122.
6. 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(35): в 2-х ч. – Ч. 1. – С. 78–81.
7. Хомяк А. Як працює електронна демократія (аналітика) / А. Хомяк [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://grushevskogo5.com/sobitiya/yak-pratsyu-elektronna-demokrat-ya-anal-tika/>. – Назва з екрана. – Дата доступу: 06.04.2016.
8. Lips M., Rapson A. Exploring Public Recordkeeping Behaviors in Wiki-Supported Public Consultation Activities in New Zealand Public Sector. Proceedings of the 43rd Hawaii International Conference on System Sciences, 2010. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.computer.org/csdl/proceedings/hicss/2010/3869/00/04-05-05.pdf>. – Назва з екрана. – Дата доступу: 15.04.2016.
9. Буров В.В. Использование технологий краудсорсинга в законодательской деятельности / В.В. Буров, Е.Д. Патаракин, Б.Б. Ярмахов // Бизнес-информатика. – 2011. – № 2(16). – С. 12–19.
10. Пальчевська В. Реалізація краудсорсингу в українському суспільно-політичному діалозі / В. Пальчевська [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://naub.ua.edu.ua/2015/>. – Назва з екрана. – Дата доступу: 18.06.2015.
11. Щедрова Г. Відкрита політика / Г. Щедрова // Новітня політична лексика (неологізми, окаціоналізми та інші новотвори); за заг. ред. Н.М. Хоми ; [І.Я. Вдовичин, Л.Я. Угрин, Г.В. Шипунов та ін.]. – Л. : Новий світ–2000, 2015. – 492 с. – С. 44.