



Ars Administrandi (Искусство управления). 2022. Т. 14, № 4. С. 624–645.
Ars Administrandi. 2022. Vol. 14, no. 4, pp. 624–645.

Научная статья

УДК 323.2

<https://doi.org/10.17072/2218-9173-2022-4-624-645>

ПРАВИТЕЛЬСТВЕННЫЙ КРАУДСОРСИНГ КАК ТЕХНОЛОГИЯ РАЗВИТИЯ ТЕРРИТОРИИ И ИМИДЖЕВЫЙ РЕСУРС ВЛАСТИ

Юлия Юрьевна Лекторова¹✉, Андрей Юрьевич Прудников², Анна Владимировна Плешкова³

^{1, 2} Пермский национальный исследовательский политехнический университет, Пермь, Россия

³ Диалог Регионы, Пермь, Россия, anna-p98@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0002-2703-6738>

¹ lektorova2015@yandex.ru✉, <https://orcid.org/0000-0002-6869-1923>

² prudnikow@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-8199-1736>

Аннотация. Ведение: одним из актуальных направлений трансформации политической коммуникации в условиях дигитализации акторов и каналов взаимодействия является краудсорсинговая проектная деятельность. Она предполагает делегирование части полномочий органов власти отдельному кругу лиц и / или широкой общественности и является признаком зарождения сетевой демократии и нового формата диалога власти и общества. Опыт внедрения краудсорсинговых платформ потенциально меняет конфигурацию политических ресурсов в части появления дополнительных инструментов развития территории и конструирования цифрового имиджа власти. **Цель:** анализ региональной практики правительства краудсорсинга, выявление его функций, тенденций, рисков и показателей эффективности в контексте задач развития территории и имиджирования органов власти. **Методы:** case study и мониторинг СМИ на базе информационных порталов «Медиалогия» и «Brand Analytics» за календарный год. **Результаты:** в статье представлен анализ краудсорсинговых веб-проектов как управленческих и имиджевых ресурсов для органов власти регионального и муниципального уровней. Учитывая разнообразие краудсорсинговой политической коммуникации, включая такие ее вариации, как краудмаппинг, краудвоутинг, краудфандинг, авторы рассматривают опыт России и зарубежных стран по апробированию и внедрению в политико-управленческий процесс различных типов краудсорсинга.



Контент доступен по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 International License
The content is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License

Выводы: будучи нацеленным на вовлечение граждан во взаимодействие с властью, краудсорсинг в его политическом измерении, нередко именуемый также ситизенсорсингом, де-юре позволяет приблизиться к воплощению в жизнь идей и идеалов сетевой демократии, однако де-факто он не гарантирует ни полноценного делегирования части властных полномочий гражданам, ни предоставления со стороны власти каких-либо значимых и серьезных преимуществ для использующих подобные инструменты жителей. Ключевую роль в качественном измерении ситизенсорсинговых платформ играет архитектура формирования тех или иных инициатив и проектов, выносимых на коллективное обсуждение. В ряде рассмотренных случаев прослеживается стремление властных субъектов предоставлять гражданам возможность влиять лишь на форму принятого решения, но не на его суть и содержание. При этом политические акторы, использующие инструменты краудсорсинга, независимо от того, какая роль в них уготована широкой общественности, потенциально могут извлекать из подобных проектов множество выгод, начиная от эффективного или как минимум эффектного имиджирования своих управленческих решений и заканчивая получением дополнительных возможностей и ресурсов для мобилизации электората в рамках выборных кампаний.

Ключевые слова: правительственный краудсорсинг, ситизенсорсинг, сетевая демократия, электронная демократия, имиджевые ресурсы власти

Для цитирования: Лекторова Ю. Ю., Прудников А. Ю., Плешкова А. В. Правительственный краудсорсинг как технология развития территории и имиджевый ресурс власти // *Ars Administrandi* (Искусство управления). 2022. Т. 14, № 4. С. 624–645. <https://doi.org/10.17072/2218-9173-2022-4-624-645>.

Original article

GOVERNMENT CROWDSOURCING AS A TECHNOLOGY FOR TERRITORIAL DEVELOPMENT AND AN IMAGE RESOURCE OF POWER

Julia Iu. Lektorova¹✉, Andrei Iu. Prudnikov², Anna V. Pleshkova³

^{1,2} Perm National Research Polytechnic University, Perm, Russia

³ Dialog Regions, Perm, Russia, anna-p98@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0002-2703-6738>

¹ lektorova2015@yandex.ru✉, <https://orcid.org/0000-0002-6869-1923>

² prudnikow@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-8199-1736>

Abstract. Introduction: one of the topical areas for the transformation of political communication in the context of the digitalization of actors and interaction channels is crowdsourcing project activities. It involves the delegation of some powers from authorities to certain groups of people and / or the public and is a sign of the emergence of network democracy and a new format of dialogue between government and society. The experience of introducing crowdsourcing platforms potentially changes the configuration of political resources, providing additional tools for developing the territory and constructing a digital image of power. **Objectives:** to analyze regional practices in government crowdsourcing, identification of its functions, trends, risks, and efficiency indicators in the context of territorial development and government authorities' image building. **Methods:** the case study methodological approach and media monitoring based on the "Medialogia" and "Brand Analytics" information portals for the calendar year. **Results:** the article presents the analysis of crowdsourcing web projects as managerial and image resources for authorities at the regional and municipal levels. Given the diversity of crowdsourcing political communication, including its variations such

as crowdmapping, crowdvoting, crowdfunding and others, the article discusses the experience of Russia and foreign countries in testing and implementing various crowdsourcing options in political and management process. **Conclusions:** being aimed at the increased involvement of citizens into interaction with the authorities, crowdsourcing, in its political dimension, being often referred to as citizensourcing, de jure makes it possible to implement ideas and ideals of network democracy to a larger extent. However, de facto, it does not guarantee either a full delegation of power to citizens, or the provision by the authorities of any significant and serious advantages for residents using such tools. The key role in the qualitative measurement of citizensourcing platforms is played by the architecture of certain initiatives and projects that are to be submitted to the court of public opinion and collective discussion. In several cases considered, there is a desire of power subjects to grant the right to citizens only to have the opportunity to influence the form of the decision, but not its essence and content. At the same time, political actors using the tools of political crowdsourcing, regardless of what role is destined in them for the public, can potentially derive many benefits from such projects – from effective or, at least, spectacular image of their managerial decisions to obtaining additional opportunities and resources for the electorate mobilization during election campaigns.

Keywords: government crowdsourcing, citizensourcing, network democracy, e-democracy, image resources of power

For citation: Lektorova, Ju. Iu., Prudnikov, A. Iu. and Pleshkova, A. V. (2022), "Government crowdsourcing as a technology for territorial development and an image resource of power", *Ars Administrandi*, vol. 14, no. 4, pp. 624–645, <https://doi.org/10.17072/2218-9173-2022-4-624-645>.

ВВЕДЕНИЕ

Дигитализация политико-коммуникативной реальности за последние десятилетия привела к заметной трансформации отдельных параметров жизни различных обществ по всему миру. Качественно новое состояние коммуникационной среды стало возможным в результате появления и распространения социальных сетей, официальных сайтов, форумов, мессенджеров, чатов, интернет-СМИ с учетом доступной и относительно недорогой мобильной связи, цифровых аудио-, фото- и видеоредакторов.

Одним из актуальных направлений трансформации коммуникационной среды можно назвать краудсорсинговую проектную деятельность, осуществляемую как на государственном, так и на муниципальном уровнях.

Краудсорсинговые технологии подразумевают под собой делегирование отдельных управленческих функций (в том числе на этапах целеполагания, сбора и анализа информации, контроля и реализации принятого решения) широкому кругу агентов, которым предстоит взять на себя их полное или частичное исполнение (либо соисполнение) на добровольных началах, без оформления передачи полномочий посредством заключения юридически обязывающих соглашений и скрепляющих их документов. В результате краудсорсингового взаимодействия могут продуцироваться как массивы данных (в том числе геоинформационные базы данных), так и рациональные предложения, проекты, проектные решения, гражданские инициативы, волонтерские акции и т. д. (Голубев, 2014, с. 6–9).

Если конкретизировать, то краудсорсинг с точки зрения политики как сферы принятия управленческих решений в отношении конкретной локации может рассматриваться как технология передачи некоторых полномочий органов государственной власти и местного самоуправления неопределенному кругу граждан и широкой общественности из числа представителей местных сообществ с целью повышения качества обеспечения потребностей населения и управления территорией в целом. Результатами такой деятельности могут быть системы накопления и отбора эффективных политических и управленческих идей, привлечения и аккумуляции ресурсов, как финансовых (за счет, например, инициатив по самообложению), так и трудовых, волонтерских и прочих, на реализацию различных инициатив, включая политические кампании и акции, обеспечение общественного контроля над теми или иными властными институтами (Прибытков, 2017, с. 74–79).

Следует отметить, что краудсорсинг в сфере управления сегодня представляет собой сплав социальных и цифровых (digital) технологий, который требует одновременного задействования как интеллектуальных ресурсов, предполагающих поиск актуальных идей и оптимальных механик, обеспечивающих запуск ожидаемых социальных интеракций, так и подходящих технологических платформ. Последние должны быть способны принимать и обрабатывать приток входящего трафика и образующиеся в его результате большие данные, которые оказываются неминуемым сопутствующим результатом подобного рода проектов. Одновременно с этим потребуются инфраструктура коммуникационной и организационной поддержки, включая мероприятия по стимулированию активности пользователей и сохранению их лояльности по отношению к проекту в целом (Лобова и Долженко, 2016, с. 139–141).

МЕТОДОЛОГИЯ (ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ) ИССЛЕДОВАНИЯ

Теоретической и методологической базой для настоящей работы послужили отечественные и зарубежные фундаментальные и прикладные исследования в области дигитализации политической коммуникации (Быков, 2013; Ваховский, 2016; Вершинин, 2001; Гольбрайх, 2016; Ионов, 2019; Каминченко, 2020; Пшизова, 2019; Tormey, 2020), политического краудсорсинга (Курочкин, 2013; Масланов и др., 2017; Михайлова, 2017; Насыров, 2012; Фельдман, 2014; Фокин, 2021; Харитоновна и Бугаева, 2020; Aitamurto, 2012; Brabham, 2013), электронной демократии (Лаврик, 2017; Омеличкин, 2014; Фельдман, 2016; Чугунов, 2017).

В современном дискурсе постепенно утверждаются две дефиниции – правительственный краудсорсинг и политический краудсорсинг. Последний используется преимущественно в электоральных политических процессах и технологиях, в то время как правительственный краудсорсинг включает механику проектного управления в практике публичного администрирования и менеджмента как на государственном, так и на муниципальном уровнях.

Во всем многообразии потенциально возможных типов краудсорсинговых проектов Т. Айтатурто (Aitamurto, 2012, р. 8–17) выделяет базовые:

- 1) отметка интернет-пользователями точек на интерактивной карте с конкретной целью (краудмаппинг);
- 2) сбор предложений и идей, высказанных пользователями по заданной проблематике (краудсорсинг инноваций);
- 3) переадресация отдельной задачи некоторой группе лиц (краудсорсинг для сбора идей);
- 4) делегирование отдельных частных вопросов (микрозадач) неопределенной группе лиц (микрориск);
- 5) совместное финансирование отдельной задачи или проекта (краудфандинг).

Множественность подходов к типологизации краудсорсинговых проектов говорит о сложности и неоднозначности самого явления. Так, Дж. Леймистер (Leimeister, 2012, p. 390) указывает на следующие типы краудсорсинговых проектов:

- 1) генерация идей (краудкриэйшн);
- 2) артикуляция мнений (краудвоутинг);
- 3) сбор финансовых ресурсов (краудфандинг).

Вне зависимости от выбранного типа краудсорсингового проекта для реализации поставленной задачи необходимо наличие специализированной интернет-платформы. В настоящее время существует несколько видов интернет-платформ с функцией краудсорсинга, в том числе конкурсные платформы, платформы для решения микрозадач (отдельных проектов), справочные платформы, платформы для добровольных вычислений, платформы по сбору идей, краудфандинг-платформы, платформы для аккумуляции вопросов, для рынков услуг, для совместного использования данных, для рейтингования контента, для сетевой демократии.

Вторым важным условием для разворачивания проектов в сфере правительственного краудсорсинга является вовлечение достаточного количества участников. Взаимодействие с ними целесообразно выстраивать с учетом необходимости сохранить лояльность граждан к проекту, в связи с чем последний должен отвечать следующим требованиям:

- основываться на решении конкретных и актуальных проблем граждан;
- не использовать методы принуждения людей к участию;
- четко определять временные рамки реализации;
- обладать системой поощрения участников.

С нашей точки зрения, уместно включить в число релевантных дефиниций практик использования краудсорсинговых технологий на локальном и региональном уровнях также понятие «ситизенсорсинг». Последним активно оперируют зарубежные исследователи, а вслед за ними и некоторые российские коллеги (Lukensmeyer and Torres, 2008; Hilgers and Ihl, 2010; Nam, 2012; Loukis, 2018; Никитенкова, 2019) наряду с термином “policy crowdsourcing” (Prpić et al., 2015).

Анализируя реализованные проектные решения на базе краудсорсинга, Е. Лукис (Loukis, 2018, p. 186) выделяет несколько моделей ситизенсорсинга.

Первую модель (Active Web 1.0 Expert-sourcing) можно охарактеризовать через категорию «активный экспертный поиск» с применением технологии

Web 1.0. Традиционно модель представляет собой модерирование электронного веб-пространства с заданными правительством темами для обмена мнениями, включая отдельные правительственные форумы для электронных консультаций.

Вторая модель (Active Web 2.0 Citizen-sourcing) представляет собой «активный поиск граждан», техническим основанием которого становятся ресурсы Web 2.0. Представители органов власти, заинтересованные в сборе идей, знаний, мнений граждан, генерируют дискуссии по конкретной проблематике, используя свои учетные записи в социальных сетях.

Третья модель (Passive Web 2.0 Citizen-sourcing) – «пассивный поиск граждан» – во многом схожа с предыдущей, но выходит за рамки учетных записей государственных учреждений в социальных медиа. В данной модели органы власти играют пассивную роль, ограничиваясь сбором необходимого политического контента путем мониторинга открытых учетных записей граждан в социальных сетях. Какое-либо стимулирование и модерирование политической дискуссии со стороны государства здесь отсутствует.

Четвертая модель (Passive Web 2.0 Expert-sourcing) – «пассивный экспертный поиск» – включает избирательный подход и детальный анализ со стороны органов власти контента экспертов и заслуживающих доверия людей на ресурсах, поддерживаемых интернет-технологиями.

Изучение локальных случаев отечественной краудсорсинговой практики целесообразно начать с метода case study. Он позволяет изучить каждый конкретный случай в контексте его «уникальности, неповторимости, невоспроизводимости в других условиях, как индивидуальное, самоценное, целостное явление во всей совокупности связей, его формирующих» (Варганова, 2006, с. 38).

В рамках исследования были изучены несколько краудсорсинговых кейсов регионального и муниципального уровней: отечественные – «Активный гражданин»¹, «Город идей»² (г. Москва), «Управляем вместе»³ (Пермский край), «OneClick Yakutsk» / «OneClick Yakutia»⁴ (г. Якутск / Республика Саха (Якутия)) и западные – «SpeakUp Austin!»⁵ (г. Остин, США) и «Calgary Engage»⁶ (г. Калгари, Канада). Исходные данные рассматриваемых проектов действительны на июнь 2020 года.

Разнообразные по своей истории краудсорсинговые практики анализировались по следующим критериям:

¹ Проект «Активный гражданин» [Электронный ресурс] URL: <https://ag.mos.ru/home> (дата обращения: 10.08.2022).

² Платформа Правительства Москвы «Город идей» [Электронный ресурс]. URL: <https://crowd.mos.ru/> (дата обращения: 10.08.2022).

³ Проект «Управляем вместе» [Электронный ресурс]. URL: <https://vmeste.permkrai.ru/> (дата обращения: 10.08.2022).

⁴ Платформа «OneClick Yakutia» [Электронный ресурс]. URL: <https://yakutia.click> (дата обращения: 10.08.2022).

⁵ Website «SpeakUp Austin!» [Электронный ресурс]. URL: <https://www.speakupaustin.org/> (дата обращения: 10.08.2022).

⁶ Website «Calgary Engage» [Электронный ресурс]. URL: <https://engage.calgary.ca/> (дата обращения: 10.08.2022).

- основная цель создания проекта;
- группа общественности (целевая аудитория), на которую направлен проект;
- территориальные границы проекта;
- вид проекта (опираясь на существующую типологию);
- способы вовлечения пользователей в проект (способы стимулирования участия граждан);
- основной месседж (сообщение) проекта;
- количественные показатели результативности (конкретные реализованные задачи).

Практическая целесообразность представленного исследования заключается в анализе региональной практики правительственного краудсорсинга, выявлении его функций, тенденций и рисков на этапе становления. В последующем багаж накопленных и изученных практик позволит выйти на уровень концептуальных обобщений и выдвижения теорий.

В качестве дополнительного метода исследования был использован метод мониторинга СМИ, выполненного на базе информационных порталов «Медиалогия» и “Brand Analytics” за 2021 год. Данный метод позволил проанализировать количество сообщений о краудсорсинговых проектах в информационном поле, тональность публикаций, основные каналы распространения сообщений о них и рейтинг территорий по количеству публикаций материалов о краудсорсинговых проектах.

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

В рамках зарубежного опыта внедрения краудсорсинговых проектов, исходя из таких параметров, как количество привлеченных участников и механика интеграции населения в проектное управление, целесообразно обратить внимание на платформы “SpeakUp Austin!” и “Calgary Engage”.

“**SpeakUp Austin**”. Проект, реализуемый властями города Остин – столицы штата Техас (США), можно отнести к типу краудвоутиновых. Декларируемая на данной платформе цель – «представить Остин как сообщество, в котором устранены барьеры для участия общественности, все голоса услышаны, уважаемы и включены в процесс⁷». Меню предлагаемых к обсуждению инициатив на данной платформе разделено на рубрики по отраслевому принципу: вопросы инфраструктурного развития, например установки безопасных ограждений в городе, и регулирования налогов и сборов перемежаются с острыми социально значимыми темами равенства прав, защиты от насилия, дискриминации и т. д. (от экзотического вопроса, связанного с защитой права на ношение натуральных волос, до проблематики защиты арендаторов от выселения, борьбы с ненавистью в отношении жителей азиатского или тихоокеанского происхождения). Следует отметить, что на портале по каждому вопросу предусмотрена организация очных офлайн- и онлайн-обсуждений, график которых доводится до интересующихся тем или иным вопросом граждан заблаговременно в соответствующей вкладке интернет-платформы.

⁷ Website “SpeakUp Austin!”...

Проект “SpeakUp Austin” предполагает возможность пересмотра той или иной инициативы вплоть до отказа от нее. К сожалению, на доступном из России сайте проекта количественные показатели по численности пользователей и количеству решенных вопросов отсутствуют.

“Calgary Engage”. Канадский проект, реализованный властями города Калгари, ориентирован на вовлечение широкой общественности в решение муниципальных задач. Так, например, власти муниципалитета инициируют диалог с населением по вопросам изменения города или новых законодательных инициатив. Краудсорсинговая площадка позволяет жителям озвучить собственные идеи, уточнить намерения властей или оставить комментарии. Первоначальный текст документа, представленный на портале для коллективного обсуждения, дополняется инициативами граждан и вновь попадает на сетевые ресурсы. Только после того, как технически становится возможным учесть все замечания пользователей (активных граждан), документ попадает на доработку властям.

С точки зрения существующей типологии возможных краудсорсинговых проектов, “Calgary Engage” относится к краудвоутингу. Основной месседж проекта выражается в двух слоганах, размещенных на баннерах главной страницы портала – «Значимые диалоги. Информированные решения» и «Вступай в диалог»⁸, которые передают идею артикуляции мнений жителей по конкретной проблематике, инициируемой властями. Алгоритм канадского проекта позволяет еще на этапе первоначальной инициативы доработать концепт с учетом высказываний жителей. Точно идентифицировать количество участников через общедоступные ресурсы не представляется возможным, однако есть сведения о 30 проектах на разных стадиях реализации.

В последние несколько лет и в России наблюдается тенденция активного применения проектов, схожих по своей сущности с западными практиками внедрения технологий краудсорсинга в управление территориями. В информационно-коммуникационном поле страны появляются отдельные платформы, основывающиеся на принципах взаимодействия власти и общества посредством широкого использования цифровых технологий. Российский опыт разворачивания краудсорсинговых проектов пребывает, скорее, в стадии становления, что актуализирует задачу по сбору и анализу имеющегося материала в качестве первоочередной.

С помощью метода case study был выявлен ряд характеристик отечественных краудсорсинговых проектов.

«Активный гражданин». Это столичный проект, запущенный правительством Москвы весной 2014 года. Данная площадка агрегирует мнения москвичей по самым важным вопросам городского развития через систему электронных опросов.

С точки зрения типологии краудсорсинговых проектов, «Активный гражданин» можно отнести к краудвоутингу. По своей внутренней механике проект может быть рассмотрен в качестве инструмента направления активности граждан в русло общественно полезных, по мнению власти, инициатив.

⁸ Website “Calgary Engage”...

На портале «Активный гражданин» в режиме слайд-шоу в 2021 году появлялся слоган «Вместе мы сделаем Москву лучше!», который дополняется пояснением: «Проект мэра». Данное ключевое сообщение нацелено на формирование ценности сопричастности жителей Москвы идее преобразования столицы. Название проекта «Активный гражданин» отражает целевую аудиторию, для которой характерна равнодушная позиция в вопросах городского устройства. Так, на портале на момент проведения настоящего исследования было зарегистрировано 2,5 млн пользователей, состоялось 4 266 голосований, принято 134 млн мнений.

«Город идей». Данная платформа, создание которой инициировано правительством столицы, дает возможность всем желающим высказать свои предложения по вопросам развития Москвы. Озвученные общественные предложения в дальнейшем проходят экспертную оценку, и лучшие практики получают рекомендацию к реализации. С точки зрения типологии, «Город идей» представляет собой синтез краудсорсинга с краудвоутингом.

Ключевое сообщение, выраженное в виде слогана, отсутствует на общедоступных ресурсах. Среди количественных показателей результативности можно выделить 212 тыс. зарегистрированных пользователей, 100 тыс. полученных идей и 20 реализованных кейсов.

Следует отметить, что московские краудсорсинговые проекты интегрированы с сервисом «Магазин поощрений»⁹, в описании которого сообщается, что за участие в проектах, в том числе краудсорсинговой направленности, можно получать баллы и обменивать их на памятные сувениры, билеты, скидки и бонусы от партнеров.

«Управляем вместе». Проект был создан по инициативе губернатора Пермского края М. Г. Решетникова и свое название получил «в наследство» от одноименного ключевого слогана предвыборной кампании Решетникова на пост главы региона. Тем самым данная платформа, по-видимому, ассоциативно была призвана стать буквальным воплощением слогана предвыборной программы ее инициатора. История появления проекта свидетельствует о том, что на стадии своего формирования он выполнял в первую очередь политтехнологическую задачу позиционирования М. Г. Решетникова в период электроального цикла и впоследствии использовался в немалой степени как имиджевый ресурс вновь избранного губернатора, призванный сформировать его образ как молодого, современного и продвинутого управленца-технократа.

В итоге в ходе широкой рекламной кампании по популяризации данного ресурса активно использовался провокационный и весьма популистский по своей сути слоган «Заставь чиновника работать!». Растиражированный в СМИ региона и на баннерах наружной рекламы¹⁰ слоган должен был, с одной стороны, продемонстрировать установление дополнительного контроля краевых властей над не подчиняющимися им напрямую муниципальными чиновниками, а с другой – показать готовность главы региона опираться в своей

⁹ Магазин поощрений [Электронный ресурс] // Офиц. сайт г. Москвы «Миллион призов». URL: <https://ag-vmeste.ru/events/7#description> (дата обращения: 12.08.2022).

¹⁰ Кадочников К. Заставляем вместе [Электронный ресурс] // Коммерсантъ-Прикамье. 2018. 4 мая. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/3619788> (дата обращения: 12.08.2022).

работе непосредственно на жителей в борьбе с нерадивостью низовых исполнителей.

Цель данного ресурса заключается в сборе коллективных и персональных жалоб в адрес городских служб и реализации концептуальных предложений жителей в части управления территорией с привязкой к конкретным локациям на интерактивной карте, встроенной в интерфейс веб-платформы. Дополнительно на обозначенном ресурсе властями региона иницируются дискуссии по выбору названий и дизайнерскому оформлению городских пространств и отдельных объектов: городских парков, общественной инфраструктуры и т.д.

По типу данную платформу можно идентифицировать как краудсорсинговую с элементами краудмаппинга и краудвоутинга. Основной месседж ресурса направлен на формирование чувства единства с региональными властями в вопросе о судьбе региона и выражен в слогане «Проект для тех, кто готов делать Пермский край лучше»¹¹ и носителях наружной рекламы «Заставь чиновника работать!».

На момент анализа эмпирических данных на портале было официально зарегистрировано 28 тыс. сообщений, из которых 20 тыс. имели статус разрешенных. Портал собрал 10 голосований с общим количеством участников 50 тыс. жителей.

“Oneclick Yakutsk” / “OneClick Yakutia”. Глава городского округа «Город Якутск» А. С. Николаев анонсировал данный проект в 2013 году. Изначально предназначенная для прямого и открытого диалога местных жителей с органами муниципальной власти, позже площадка приобрела масштаб общереспубликанского портала и поменяла название с “Oneclick Yakutsk” на “OneClick Yakutia”.

Данный ресурс представляет собой синтез различных сервисов. Во-первых, это мониторинг проблем – жители могут оставлять наказания и запросы, среди которых преобладают связанные с работой управляющих компаний, транспортной логистикой, ремонтом дорожного полотна. Количество отправленных заявок достигает 7 тыс. Во-вторых, сервис публичных слушаний, позволяющий общественности в режиме онлайн участвовать в дискуссии и разработке муниципальных правовых актов. В-третьих, сервис «Народный бюджет», который предоставляет возможность получить грантовую поддержку местной администрации на реализацию авторского проекта по улучшению городской среды и проголосовать за понравившиеся народные инициативы. Наконец, сервис «Городская среда», ориентированный на информирование граждан о городских акциях, конкурсах и приоритетных направлениях, таких, например, как «Формирование комфортной городской среды».

Сложный по своей конфигурации якутский портал включает элементы краудсорсинга, краудмаппинга и краудвоутинга. Статистика зарегистрированных пользователей – 48 тыс., заявленных проблем – 4 096, опубликованных предложений граждан – 278.

¹¹ Управляем вместе. Информация [Электронный ресурс] // Страница сообщ-ва в соц. сети «ВКонтакте». URL: <https://vk.com/upravlyaemvmeste> (дата обращения: 10.08.2022).

Следует отметить, что все рассмотренные отечественные краудсорсинговые платформы в части обсуждения и трансформации инициатив, выносимых на обсуждение по предложению властей, практически не используют механизмов полного отзыва такого рода инициатив либо их кардинального пересмотра. Механика обсуждения не предусматривает внесения инициатив со стороны по пересмотру предложенных представителями власти проектов, их релокации или основательной переработке; как результат, обсуждение сводится к голосованию за изначально предложенные инициаторами вариации исполнения уже утвержденного проекта (например, в какой цвет покрасить элементы городской инфраструктуры или в каком дизайне выполнить их экстерьерные элементы).

Редкие эксперименты по открытому сбору идей относительно резонансных вопросов при этом могут оборачиваться существенными имиджевыми издержками для властей, их инициировавших. Наиболее яркий пример – открытое голосование, проведенное на портале «Управляем вместе» на предмет выбора названия пассажирской карты г. Перми, внедрение которой было запланировано в качестве неотъемлемого элемента инфраструктурного обеспечения широкомасштабной реформы местной системы общественного транспорта. Последняя, снискав значимое недовольство населения и множество негативных оценок со стороны независимых СМИ и блогеров, в итоге оказалась и крайне непопулярной, и весьма непоследовательной с точки зрения реализации. Как следствие, попытка властей призвать пермяков к участию в нейминге карты как одного из элементов городской бренд-идентичности привела к курьезным результатам. Лидирующим вариантом в итоге стала неприемлемая для властей идея по присвоению карте названия «Пермская езда», которое по замыслу автора должно было использоваться в укороченном варианте – в виде слитного произношения первой буквы начального слова с полностью используемым вторым словом, что порождало явное созвучие с обценной лексикой¹². В итоге администрации города ничего не оставалось, как поощрить автора провокационного варианта, набравшего большинство голосов, обещанной наградой, при этом отвергнув его идею и параллельно став объектом насмешек со стороны как местных жителей, так и ведущих юмористических шоу федеральных каналов¹³.

Проанализированные в статье региональные краудсорсинговые проекты за 2021 год, по данным систем «Медиалогия» и “Brand Analytics”, были представлены в медийном поле. Согласно результатам аналитических систем, за указанный период зафиксировано 1 231 900 сообщений с упоминанием четырех российских краудсорсинговых проектов (рис. 1).

¹² Бухонов А. «Пермская езда», вышедшая из-под контроля. Кто придумал то самое название транспортной карты [Электронный ресурс] // 59.ru. 2020. 19 февр. URL: <https://59.ru/text/transport/2020/02/19/66897439/?ysclid=l9pd79umtu263361258> (дата обращения: 14.08.2022).

¹³ Иван Ургант пошутил о «Пермской езде» на Первом канале [Электронный ресурс] // Офиц. интернет-портал “Properm.ru”. 2020. 19 февр. URL: <https://properm.ru/news/society/180333/?ysclid=l9pdl5zeq795967004> (дата обращения: 11.08.2022).

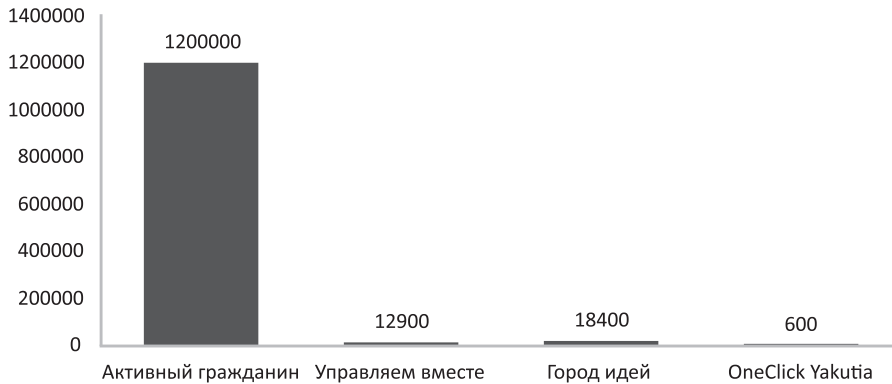


Рис. 1. Количество сообщений с упоминанием краудсорсинговых проектов за 2021 г. /
Fig. 1. The number of messages mentioning crowdsourcing projects, 2021

В 2021 году был также отмечен рост публикационной активности на тему краудсорсинговых проектов в медиапространстве: общее количество упоминаний в информационном поле по сравнению с предыдущим годом выросло на 28 %. За 2020 год общее количество сообщений составило 888 529: «Активный гражданин» – 870,5 тыс. сообщений, «Управляем вместе» – 8,4 тыс., «Город идей» – 9,2 тыс., «OneClick Yakutia» – 429.

Основным каналом распространения сообщений о проектах служат социальные сети (66 % сообщений). Наиболее популярные площадки – «ВКонтакте» и «Одноклассники» (87 % сообщений были размещены в этих соцсетях). Официальной информацией также делились пользователи на личных страницах в соцсетях, в том числе и главы регионов. Почти треть (29 %) сообщений были опубликованы в крупных СМИ, в частности в «Коммерсанте», «Московском комсомольце», «Аргументах и фактах», а также на официальных сайтах министерств и ведомств, пресс-служб администраций; 5 % – в блогах и на сайтах информагентств (рис. 2).

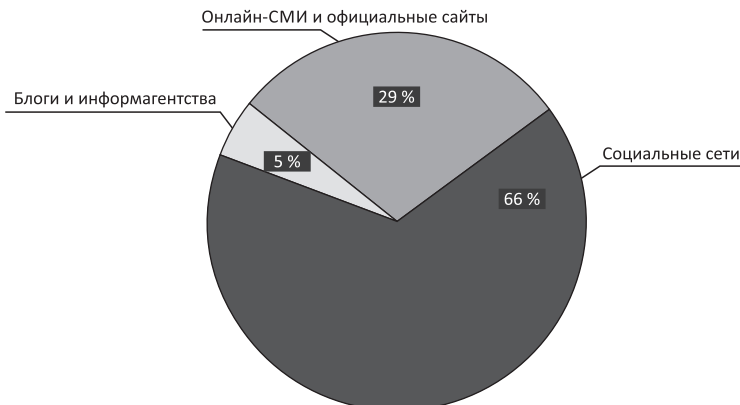


Рис. 2. Каналы распространения сообщений о краудсорсинговых проектах за 2021 г. /
Fig. 2. Channels for distributing messages about crowdsourcing projects, 2021

По тональности публикаций в информационном поле преобладали нейтральные сообщения (92 %) с упоминанием краудсорсинговых проектов. Доля позитивных публикаций составила – 7 %, негативных – 1 %. Нейтральный характер сообщений превалировал в связи с распространением официальной информации. Позитивные новости сопровождалось упоминанием преимуществ краудсорсинговых проектов и платформ для граждан, в частности возможности проявить гражданскую позицию – проголосовать «за» или «против», высказать мнение по социально значимым темам, предложить идею (рис. 3).

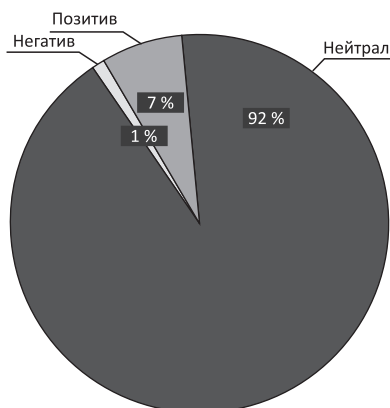


Рис. 3. Тональность сообщений с упоминанием краудсорсинговых проектов в СМИ за 2021 г. / Fig. 3. The tone of messages in media mentioning crowdsourcing projects, 2021

Стоит отметить, что властные акторы используют краудсорсинговые платформы не только и не столько как ресурс для решения локальных муниципальных управленческих вопросов, сколько как ресурс установления политической повестки, выходящей далеко за рамки вопросов внутригородского планирования или имиджирования политиков местного уровня. Например, при помощи платформы «Активный гражданин» жителям Москвы предлагали выбрать между личностями Ф. Дзержинского и А. Невского в связи с инициативой по установке памятника одному из этих исторических деятелей на Лубянской площади в столице. Данная инициатива закономерным образом приобрела масштаб федерального медиасобытия¹⁴.

Рейтинг территорий по количеству упоминаний краудсорсинговых проектов выстроился следующим образом (рис. 4): Москва и Московская область (716 000), Оренбургская область (36 022), Красноярский край (7 500), Санкт-Петербург (5 510), Краснодарский край (1 980). В Пермском крае зафиксировано 435 сообщений. Популярный проект в регионе по количеству упоминаний – «Управляем вместе» (94 % сообщений). Новости преимущественно публиковались в крупных региональных СМИ («Коммерсантъ», «Звезда», «59.ru») и на официальных сайтах министерств и ведомств.

¹⁴ Дзержинский против Невского: кому поставить памятник на Лубянке [Электронный ресурс] // РИА Новости. 2021. 26 февр. URL: <https://ria.ru/20210226/pamyatniki-1598923962.html> (дата обращения: 10.08.2022); На «Активном гражданине» подвели итоги голосования о памятнике на Лубянке [Электронный ресурс] // РБК. 2021. 26 февр. URL: <https://www.rbc.ru/rbcfreenews/603937249a794791e2cfbd2c> (дата обращения: 10.08.2022)

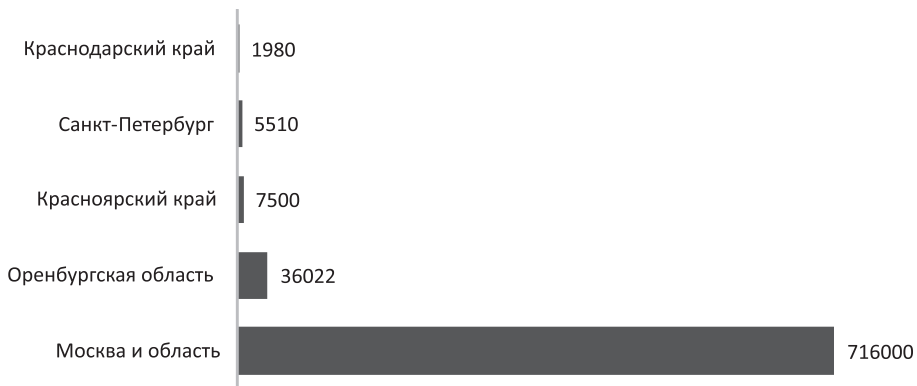


Рис. 4. Топ-5 территорий по количеству сообщений с упоминанием краудсорсинговых проектов за 2021 г. / Fig. 4. Top 5 territories by the number of messages mentioning crowdsourcing projects, 2021

Краудсорсинговый проект, объединяющий усилия органов власти и широкой общественности по совместному управлению территорией, – свежая для общества новостная повестка. А потому данная риторика представлена преимущественно в столичном медийном поле и в меньшей степени в других регионах. Это характерная для коммуникационной традиции черта зарождения нового дискурса в окрестностях Москвы с целью дальнейшего транслирования на другие территории страны.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Анализ работы заявленных платформ позволил спрогнозировать потенциально возможный функционал правительственного краудсорсинга в социальной и политической сферах жизни общества:

- 1) краудсорсинговый проект как имиджевый и политтехнологический механизм позиционирования глав городов / регионов;
- 2) краудсорсинговый проект как урбанистическая стратегия развития территории;
- 3) краудсорсинговый проект как виртуальный сервис по мониторингу вопросов благоустройства территории;
- 4) краудсорсинговый проект как инструмент нейтрализации оппозиционных настроений общественности и их конвертации в русло предпочтительных для официальных центров принятия решений общественно полезных инициатив.

Проанализированные в рамках данного исследования западные и отечественные кейсы и практики позволяют спрогнозировать следующие тенденции:

- 1) Российские муниципальные краудсорсинговые ресурсы, как правило, ограниваются правом общественности сделать выбор из заранее сформулированных органами власти альтернатив. Данный алгоритм минимизирует вовлеченность активных пользователей в процесс разработки и принятия

управленческих решений. На этом фоне зарубежные аналоги, напротив, на основании интернет-голосования участников позволяют корректировать те или иные инициативы властей на начальной стадии их формулирования и оценки их необходимости как таковой.

2) Часть отечественных кейсов краудсорсингового взаимодействия используют механизмы прямого маркетингового стимулирования общественной активности, начисляя, например, баллы, которые впоследствии можно поменять на различные бонусы. Эта практика может свидетельствовать о слабой заинтересованности потенциальных участников в подобного рода проектах и быть показателем низкого доверия населения к власти.

3) Зарубежные краудсорсинговые проекты, в отличие от российских, не ограничивают круг обсуждаемых инициатив вопросами инфраструктурного развития, активно включая в него проблематику расового, национального и социального неравенства, защиты прав определенных социальных слоев городского сообщества, потенциально имеющую значимый конфликтный потенциал при обсуждении или последующей имплементации.

Вместе с тем в условиях дигитализации управленческих и политических процессов посредством внедрения правительственных краудсорсинговых проектов сохраняются и риски искажения эффектов от внедрения данного типа технологий, тесно связанные между собой:

- конъюнктурное использование площадок данного типа в первую очередь как инструмента в ряду политтехнологических ресурсов избираемого кандидата;

- искажение публичной повестки развития территории путем артикулирования проблем и задач, не являющихся первоочередными с точки зрения актуальности на текущий момент либо не обладающих значимостью для большинства местных сообществ;

- как следствие, в ходе ротации региональных элит краудсорсинговые проекты могут оказаться маловостребованными как со стороны жителей, так и со стороны новых лидеров, будучи прямо ассоциируемыми со своими инициаторами и их управленческим стилем принятия и реализации решений.

В контексте краудсорсингового проектного управления как технологии развития территории целесообразно фиксировать как количественные, так и качественные показатели эффективности. К первым можно отнести количество активных пользователей платформ сетевого взаимодействия власти и общества, количество артикулированных общественных инициатив, количество выполненных решений и предписаний со стороны ответственных органов власти. Фиксируя качественные показатели, важно учесть узнаваемость действующей краудсорсинговой интернет-платформы среди жителей, лояльность населения к инициативам со стороны органов власти, индекс доверия к действующим политическим акторам и степень удовлетворенности коммуникацией и взаимодействием власти и общества по вопросам, инициируемым на платформах.

Если рассматривать правительственный краудсорсинг как имиджевый ресурс власти, то лакмусовой бумажкой выступает уровень поддержки со стороны населения глав территорий и ведомств, использующих краудсорсинго-

вый проект и в процессе электорального цикла, и в межвыборный период. Еще одним важным индикатором могут служить показатели представленности тех или иных краудсорсинговых проектов в медийном ландшафте.

Как полноценные краудсорсинговые проекты, так и частные практики онлайн-взаимодействия при благоприятном сценарном развитии могут использоваться органами власти как полноценные инструменты политической коммуникации и приносить вполне ощутимые дивиденды в виде:

- отработки негативной коммуникации (реакций и комментариев пользователей);
- конструирования управляемого имиджа и репутации политика или органа власти;
- анализа и сбора информации интернет-пользователей, которую впоследствии можно использовать в избирательной кампании или новостной повестке дня;
- повышения эффективности управления как муниципалитетом, так и регионом;
- повышения легитимности целого управленческого курса и отдельного политического решения;
- формирования двусторонней коммуникации с широкой общественностью;
- дополнительных инструментов мобилизации избирателей.

На базе краудсорсинга может быть создана модель двусторонней связи между волей общества и действиями властей либо модель коммуникации, не лишенная некоторых помех, но все же ориентированная на диалоговый формат.

Результаты исследования позволяют рассматривать краудсорсинговый опыт взаимодействия власти и общества как необходимое условие становления сетевой демократии и нового формата цифровой коммуникации. Важно отметить, что официально зарегистрированный интернет-ресурс не может заменить ни нормы и ценности демократии, ни сами демократические институты. Краудсорсинговый портал, скорее, воссоздает техническую инфраструктуру для эффективного диалога основных акторов управленческого процесса, повышая полезность каждого из них. Внедрение краудсорсинговых практик в политический процесс позволяет, во-первых, более эффективно организовывать коммуникацию между политиками и обществом, когда гражданин чувствует собственную значимость в политической жизни; во-вторых, использовать дополнительные человеческие (финансовые, организационные, временные и т. п.) ресурсы для реализации совместных инициатив на добровольных началах, тем самым экономя бюджетные средства и преодолевая то или иное сопротивление со стороны критически настроенных граждан; наконец, получить дополнительные возможности для эффективного имиджирования и повышения уровня легитимации политического класса и государства в целом.

Список источников

Быков И. А. Сетевая политическая коммуникация: теория, практика и методы исследования. СПб: ФГБОУ ВПО «СПГУТД», 2013. 200 с.

Варганова Г. В. Кейс-стадис как метод научного исследования // Библиосфера. 2006. № 2. С. 36–42.

Ваховский А. М. Интернет-пространство: эволюция форм политического участия // Известия Тульского государственного университета. Гуманитарные науки. 2016. № 4. С. 13–21.

Вершинин М. С. Политическая коммуникация в информационном обществе: перспективные направления исследования. СПб.: Изд-во Михайлова В. А., 2001. 252 с.

Голубев Е. В. Краудсорсинговый проект, как система: необходимые элементы, их взаимосвязь, ограничения и способы преодоления [Электронный ресурс] // Интернет-журнал «Науковедение». 2014. № 5. С. 1–13. URL: <https://naukovedenie.ru/PDF/56EVN514.pdf> (дата обращения: 19.07.2022).

Гольбрайх В. Б. Экологические общественные инициативы в интернете как новая практика политического участия // Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. 2016. № 4. С. 340–350. <https://doi.org/10.17223/1998863X/36/34>.

Ионов А. С. Политическая коммуникация в эпоху цифровизации – анализ социальных сетей [Электронный ресурс] // Научный электронный журнал «Меридиан». 2019. № 15. С. 1–4. URL: <http://meridian-journal.ru/site/article?id=2167&pdf=1> (дата обращения: 19.07.2022).

Каминченко Д. И. Современное политическое участие онлайн vs офлайн: новые возможности – прежняя активность? // Управленческое консультирование. 2020. № 8. С. 18–35. <https://doi.org/10.22394/1726-1139-2020-8-18-35>.

Куручкин 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. 2013. № 9–1. С. 78–81.

Лаврик Н. В. Электронная демократии: мировой опыт // Вестник Забайкальского государственного университета. 2017. Т. 23, № 2. С. 67–75. <https://doi.org/10.21209/2227-9245-2017-23-2-67-75>.

Лобова С. В., Долженко Р. А. Направление использования краудсорсинга для решения государственных и общественных задач в регионе // Региональная экономика: теория и практика. 2016. № 2. С. 135–148.

Масланов Е. В., Масланов Д. В., Подсевакин И. С. Особенности построения интернет-площадок в области политического краудсорсинга // Вестник Московского университета. Серия 18. Социология и политология. 2017. Т. 23, № 1. С. 113–131. <https://doi.org/10.24290/1029-3736-2017-23-1-113-131>.

Михайлова В. В. Применение технологии краудсорсинга в политическом процессе [Электронный ресурс] // Политика и общество. 2017. № 4. С. 54–61. <https://doi.org/10.7256/2454-0684.2017.4.23022>. URL: http://e-notabene.ru/ppo/article_23022.html (дата обращения: 15.07.2022).

Насыров И. Р., Савельев И. Л. Технологии краудсорсинга в государственном управлении // Ученые записки Казанского университета. Серия: гуманитарные науки. 2012. Т. 154, № 6. С. 94–104.

Никитенкова М. А. Американский подход совершенствования практик государственного управления: краудсорсинг как платформа для перехода публичной политики в интернет-пространство [Электронный ресурс] // Евразийское научное объединение. 2019. № 12–3. С. 250–253. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=41835075> (дата обращения: 20.07.2022).

Омеличкин О. В. Электронная демократия: понятия, проблемы // Вестник Кемеровского государственного университета. 2014. Т. 2, № 1. С. 86–89.

Прибытков Ю. Б. Политический краудсорсинг в системе местного самоуправления как фактор проявления гражданской политической культуры России // Наука Красноярья. 2017. Т. 6, № 4. С. 69–85. <https://doi.org/10.12731/2070-7568-2017-4-69-85>.

Пишизова С. Н. Дигитально-опосредованное политическое участие в сравнительной перспективе. Статья 1 // Общественные науки и современность. 2019. № 5. С. 47–59. <https://doi.org/10.31857/S086904990006561-9>.

Фельдман П. Я. Коммуникационный и политический потенциал российских институтов электронной демократии // Коммуникология. 2016. Т. 4, № 2. С. 69–79.

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

Фокин И. А. Краудсорсинг как инструмент вовлечения и участия граждан в публичной политике: опыт регионов России (2015–2021 гг.) [Электронный ресурс] // Бизнес. Общество. Власть. 2021. № 40. С. 85–119. URL: <https://www.hse.ru/mag/27364712/2021--40/469296312.html> (дата обращения: 18.07.2022).

Харитоновна О. В., Бугаева Т. Н. Краудсорсинг в государственном и муниципальном управлении: сущность и перспективы использования [Электронный ресурс] // Вестник Евразийской науки. 2020. Т. 12, № 2. 9 с. URL: <https://esj.today/PDF/91ECVN220.pdf> (дата обращения: 25.07.2022).

Чугунов А. В. Электронное участие в контексте трансформации концепции демократии // Управленческое консультирование. 2017. № 8. С. 14–20. <https://doi.org/10.22394/1726-1139-2017-8-14-20>.

Aitamurto T. Crowdsourcing for democracy: A new era in policy making. Helsinki: Committee for the Future, Parliament of Finland, 2012. 47 p.

Brabham D. C. Using crowdsourcing in government. Washington, DC: IBM Center for the Business of Government, 2013. 39 p.

Hilgers D., Ihl C. Citizensourcing: Applying the concept of open innovation to the public sector // The International Journal of Public Participation. 2010. Vol. 4, № 1. P. 67–88.

Leimeister J. M. Crowdsourcing: Crowdfunding, crowdvoting, crowdcreation // Controlling & Management. 2012. Vol. 56, № 6. P. 388–392. <http://doi.org/10.1365/s12176-012-0662-5>.

Loukis E. Citizen-sourcing for public policy making: Theoretical foundations, methods and evaluation // Policy analytics, modelling, and informatics: innovative tools for solving complex social problems / Ed. by J. R. Gil-Garcia, T. A. Pardo,

L. F. Luna-Reyes. Cham: Springer, 2018. P. 179–203. http://doi.org/10.1007/978-3-319-61762-6_8.

Lukensmeyer C. J., Torres L. H. Citizensourcing: Citizen participation in a networked nation // Civic engagement in a network society / Ed. by E. Bergrud, K. Yang. Charlotte, NC: Information Age Publishing, 2008. P. 207–233.

Nam T. Suggesting frameworks of citizen-sourcing via Government 2.0 // Government Information Quarterly. 2012. Vol. 29, № 1. P. 12–20. <http://doi.org/10.1016/j.giq.2011.07.005>.

Prpić J., Taeihagh A., Melton J. The fundamentals of policy crowdsourcing // Policy and Internet. 2015. Vol. 7, № 3. P. 263–382. <https://doi.org/10.1002/poi3.102>.

Tormey S. Politicising digital space: Theory, the internet and renewing democracy // Contemporary Political Theory. 2020. Vol. 19, № 1. P. 59–62. <https://doi.org/10.1057/s41296-018-0273-9>.

Информация об авторах

Ю. Ю. Лекторова – кандидат политических наук, доцент кафедры иностранных языков и связей с общественностью ФГАОУ ВО «Пермский национальный исследовательский политехнический университет», 614990, Россия, г. Пермь, Комсомольский просп., 29

SPIN-код (РИНЦ): 4048-3516

AuthorID (РИНЦ): 830146

Web of Science ResearcherID: AID-6310-2022

А. Ю. Прудников – кандидат политических наук, доцент кафедры иностранных языков и связей с общественностью ФГАОУ ВО «Пермский национальный исследовательский политехнический университет», 614990, Россия, г. Пермь, Комсомольский просп., 29

SPIN-код (РИНЦ): 4335-8946

AuthorID (РИНЦ): 874782

Web of Science ResearcherID: B-1202-2019

А. В. Плешкова – аналитик АНО по развитию цифровых проектов в сфере общественных связей и коммуникаций «Диалог Регионы», 614000, Россия, г. Пермь, ул. Монастырская, 14

SPIN-код (РИНЦ): 2777-8490

AuthorID (РИНЦ): 1170012

Вклад авторов: все авторы сделали эквивалентный вклад в подготовку публикации.

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Статья поступила в редакцию 13.09.2022; одобрена после рецензирования 10.10.2022; принята к публикации 10.10.2022.

References

Bykov, I. A. (2013), *Setevaya politicheskaya kommunikatsiya: teoriya, praktika i metody issledovaniya* [Network political communication: Theory, practice, and research methods], St. Petersburg State University of Industrial Technologies and Design, St. Petersburg, Russia.

Varganova, G. V. (2006), "Case studies as a method of scientific research", *Bibliosphere*, no. 2, pp. 36–42.

Vakhovskiy, A. M. (2016), "Internet space: The evolution of forms of political participation", *Izvestiya Tula State University*, no. 4, pp. 13–21.

Vershinin, M. S. (2001), *Politicheskaya kommunikatsiya v informatsionnom obshchestve: perspektivnye napravleniya issledovaniya* [Political communication in the information society: Promising areas of research], Mikhailov V. A. Publishing House, St. Petersburg, Russia.

Golubev, E. V. (2014), "Crowdsourcing project as a system: The essential elements, relationships, limitations, and ways to overcome", *Internet-journal "Naukovedenie"*, no. 5, pp. 1–13 [Online], available at: <https://naukovedenie.ru/PDF/56EVN514.pdf> (Accessed July 19, 2022).

Golbraykh, V. (2016), "Environmental public initiative in the internet as a new public participation practice", *Tomsk State University Journal of Philosophy, Sociology and Political Science*, no. 4, pp. 340–350, <https://doi.org/10.17223/1998863X/36/34>.

Ionov, A. S. (2019), "Political communication in the age of digitalization – Analysis of social networks", *Scientific electronic journal "Meridian"*, no. 15, pp. 1–4, [Online], available at: <http://meridian-journal.ru/site/article?id=2167&pdf=1> (Accessed July 19, 2022).

Kaminchenko, D. I. (2020), "Modern political participation online vs offline: New opportunities – Previous activity?", *Administrative Consulting*, no. 8, pp. 18–35, <https://doi.org/10.22394/1726-1139-2020-8-18-35>.

Kurochkin, A. V. (2013), "Crowdsourcing as new method of political administration under conditions of network society", *Historical, Philosophical, Political and Law Sciences, Culturology and Study of Art. Issues of Theory and Practice*, no. 9–1, pp. 78–81.

Lavrik, N. V. (2017), "Electronic democracy: International experience", *Transbaikal State University Journal*, vol. 23, no. 2, pp. 67–75, <https://doi.org/10.21209/2227-9245-2017-23-2-67-75>.

Lobova, S. V. and Dolzhenko, R. A. (2016), "Use of crowdsourcing to address state and social challenges in the region", *Regional Economics: Theory and Practice*, no. 2, pp. 135–148.

Maslanov, E. V., Maslanov, D. V. and Podsevatkin, I. S. (2017), "Features of the creation of internet-platforms in political crowdsourcing", *Moscow State University Bulletin. Series 18. Sociology and Political Science*, vol. 23, no. 1, pp. 113–131, <https://doi.org/10.24290/1029-3736-2017-23-1-113-131>.

Mikhailova, V. V. (2017), "The use of crowdsourcing technology in the political process", *Politics and Society*, no. 4, pp. 54–61, <https://doi.org/10.7256/2454-0684.2017.4.23022> [Online], available at: http://e-notabene.ru/ppo/article_23022.html (Accessed July 15, 2022).

Nasyrov, I. R. and Saveliev, I. L. (2012), "Crowdsourcing technologies in public administration", *Uchenye Zapiski Kazanskogo Universiteta. Seriya Gumanitarnye Nauki*, vol. 154, no. 6, pp. 94–104.

Nikitenkova, M. A. (2019), "American governance practice approach: Crowdsourcing as a platform for public policy transition to the internet space", *Eurasian Scientific Association*, no. 12–3, pp. 250–253 [Online], available at: <https://elibrary.ru/item.asp?id=41835075> (Accessed July 20, 2022).

Omelichkin, O. V. (2014), "E-democracy: Concept and problems", *Bulletin of Kemerovo State University*, vol. 2, no. 1, pp. 86–89.

Pribytkov, Ju. B. (2017), "Political crowdsourcing in the system of local self-government as a factor of civil political culture of Russia", *Krasnoyarsk Science*, vol. 6, no. 4, pp. 69–85, <https://doi.org/10.12731/2070-7568-2017-4-69-85>.

Pshizova, S. N. (2019), "Digitally-mediated political participation in a comparative perspective", *Social Sciences and Contemporary World*, no. 5, pp. 47–59, <https://doi.org/10.31857/S086904990006561-9>.

Feldman, P. Ya. (2016), "Communicative and political potential of Russian institutions of e-democracy", *Communicology (Russia)*, vol. 4, no. 2, pp. 69–79.

Feldman, P. Ya. (2014), "Political crowdsourcing as an institution of e-democracy: Problems of formation and development", *Vlast'*, no. 6, pp. 21–26.

Fokin, I. A. (2021), "Crowdsourcing as a tool for citizens' involvement and participation in public policy: Experience of Russian regions (2015–2021)", *Business. Society. Power*, no. 40, pp. 85–119 [Online], available at: <https://www.hse.ru/mag/27364712/2021--40/469296312.html> (Accessed July 18, 2022).

Khritonova, O. V. and Bugaeva, T. N. (2020), "Crowdsourcing in state and municipal administration: Essence and prospects of use", *The Eurasian Scientific Journal*, vol. 12, no. 2, 9 p. [Online], available at: <https://esj.today/PDF/91ECVN220.pdf> (Accessed July 25, 2022).

Chugunov, A. V. (2017), "E-participation in the context of democracy concept transformation", *Administrative Consulting*, no. 8, pp. 14–20, <https://doi.org/10.22394/1726-1139-2017-8-14-20>.

Aitamurto, T. (2012), *Crowdsourcing for democracy: A new era in policy making*, Committee for the Future, Parliament of Finland, Helsinki, Finland.

Brabham, D. C. (2013), *Using crowdsourcing in Government*, IBM Center for the Business of Government, Washington, DC, US.

Hilgers, D. and Ihl, C. (2010), "Citizensourcing: Applying the concept of open innovation to the public sector", *The International Journal of Public Participation*, vol. 4, no. 1, pp. 67–88.

Leimeister, J. M. (2012), "Crowdsourcing: Crowdfunding, crowdvoting, crowdcreation", *Controlling & Management*, vol. 56, no. 6, pp. 388–392, <http://doi.org/10.1365/s12176-012-0662-5>.

Loukis, E. (2018), "Citizen-sourcing for public policy making: Theoretical foundations, methods and evaluation", in Gil-Garcia, J. R., Pardo, T. A. and Luna-Reyes, L. F. (eds.), *Policy analytics, modelling, and informatics: Innovative tools for solving complex social problems*, Springer, Cham, Switzerland, pp. 179–203, http://doi.org/10.1007/978-3-319-61762-6_8.

Lukensmeyer, C. J. and Torres, L. H. (2008), "Citizensourcing: Citizen participation in a networked nation", in Bergrud, E. and Yang, K. (eds.), *Civic engagement in a network society*, Information Age Publishing, Charlotte, NC, US, pp. 207–233.

Nam, T. (2012), "Suggesting frameworks of citizen-sourcing via Government 2.0", *Government Information Quarterly*, vol. 29, no. 1, pp. 12–20, <http://doi.org/10.1016/j.giq.2011.07.005>.

Prpić, J., Taeihagh, A. and Melton, J. (2015), "The fundamentals of policy crowdsourcing", *Policy & Internet*, vol. 7, no. 3, pp. 263–382, <https://doi.org/10.1002/poi3.102>.

Tormey, S. (2020), "Politicising digital space: Theory, the internet and renewing democracy", *Contemporary Political Theory*, vol. 19, no. 1, pp. 59–62, <https://doi.org/10.1057/s41296-018-0273-9>.

Information about the authors

Ju. Iu. Lektorova – Candidate of Political Sciences, Associate Professor of the Department of Foreign Languages and Public Relations, Perm National Research Polytechnic University, 29 Komsomolsky ave., Perm, 614990, Russia

SPIN-code (RSCI): 4048-3516

AuthorID (RSCI): 830146

Web of Science ResearcherID: AID-6310-2022

A. Iu. Prudnikov – Candidate of Political Sciences, Associate Professor of the Department of Foreign Languages and Public Relations, Perm National Research Polytechnic University, 29 Komsomolsky ave., Perm, 614990, Russia

SPIN-code (RSCI): 4335-8946

AuthorID (RSCI): 874782

Web of Science ResearcherID: B-1202-2019

A. V. Pleshkova – Analyst of the ANPO for the development of digital projects in the field of public relations and communication "Dialog Regions", 14 Monastyrskaya str., Perm, 614000, Russia

SPIN-code (RSCI): 2777-8490

AuthorID (RSCI): 1170012

Contribution of the authors: the authors contributed equally to this article.

The authors declare no conflicts of interests.

The article was submitted 13.09.2022; approved after reviewing 10.10.2022; accepted for publication 10.10.2022.