

С.В. Алиева

Северо-Кавказский институт Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, Пятигорск, Россия
(E-mail: svet_al55@mail.ru)

Методология социологического исследования краудсорсингового потенциала населения муниципального образования

Аннотация. В статье рассматриваются методологические основы проведения исследования краудсорсингового потенциала населения муниципальных образований. Раскрываются сущность и содержание понятия «краудсорсинговый потенциал» населения муниципальных образований. Обосновывается роль качественных методов в изучении уникальной структуры данного объекта, скрытых механизмов его функционирования и динамики развития. Также рассматриваются проведение экспертного опроса, фокус-группового исследования и применение оригинальных методов анализа, позволяющих проводить интерпретацию полученных данных. Основными задачами применения этих методов являются получение информации, позволяющей оценить перспективы внедрения краудсорсинга в практику управления муниципальным образованием, выявление мотивов участия в краудсорсинговых проектах и прогнозирование возможных рисков.

Ключевые слова: методология социологического исследования, краудсорсинговый потенциал, население муниципального образования.

DOI: <https://doi.org/10.32523/2616-6895-2022-139-2-404-411>

Введение

Теоретическое осмысление новой роли местного самоуправления обусловлено происходящей сменой жесткой иерархической пирамиды управления и появлением новой структуры управления, основанной на доверии и кооперативном сотрудничестве. Главной ее особенностью является интеракция двух основных субъектов - органов муниципальной власти и населения, организуемая в рамках партисипативного управления [1, с 135-148]. Одним из его современных инструментов является краудсорсинг (от англ. crowd – толпа и sourcing – источник, использование ресурсов) [2].

Сегодня крауд-технологии все больше приобретают актуальность благодаря появившимся возможностям использования информационно-коммуникативных технологий XXI века, росту социальной активности местного сообщества и личностных запросов граждан. Преимущества применения этих технологий очевидны. Они позволяют повысить доверие к местным властям, реализовать на практике открытость и подотчетность их работы, увеличить скорость решения сложных проблем, интегрировать интересы общества, власти и бизнеса и в большей степени использовать ресурсные возможности территории.

В связи с этим определился исследовательский интерес к изучению роли краудсорсинга

в повышении эффективности муниципального управления и возможностей его реализации в муниципальных образованиях Северо-Кавказского федерального округа. В этом контексте приоритетным направлением анализа представляется исследование готовности муниципальной элиты и местного населения данного субъекта федерации к реализации краудсорсинга. Таким образом, основной целью исследования явилось изучение возможностей применения краудсорсинга для получения социально-экономических эффектов в децентрализованных социальных сетях на примере муниципального образования.

Методы и методология

Нами предпринята попытка исследовать краудсорсинговый потенциал населения на основе применения количественных и качественных методов исследования. Подобный исследовательский синтез позволяет дать более полную характеристику муниципальному образованию, учитывающую связанность человеческого сообщества с его чертами и территории с ее особенностями. В качестве основных методов применялись мыслительно-логические (событийный и сравнительный анализ, герменевтический и феноменологический анализ, методы обобщения), экспертный опрос муниципальной элиты, проведение фокус-групп и массовый опрос жителей муниципальных образований.

Экспертный опрос проводился в форме анкетирования. Отбор экспертов осуществлялся по следующим критериям: принадлежность к определенной социально-профессиональной группе, место жительства и уровень профессионализма. Муниципальные служащие отбирались в соответствии с занимаемой должностью (не ниже ведущей), а население в зависимости от времени проживания в данной местности (не менее 10 лет) и профессиональной деятельности, связанной с жизнедеятельностью данного муниципального образования. Таким образом, в качестве экспертов в выборку попали работники администраций городских округов и муниципальных районов; депутаты представительного орга-

на муниципального образования; работники образования, здравоохранения, бизнеса, представители научного сообщества и другие лица, играющие активную роль в жизни муниципального социума.

Вся совокупность экспертов была разделена на две группы: муниципальные служащие и представители общественности. Данная дифференциация обусловлена предположением, что представители власти будут ориентированы на доминирующую роль в принятии решений местных проблем, в то время как представители общественности выступают за право участия в выборе способов решения. В исследовании применялся вероятностный тип выборки [3]. Одним из основных критериев отбора являлось место жительства. Репрезентативность выборки обеспечивалась за счет пропорционального отбора респондентов из каждого субъекта СКФО в зависимости от численности населения.

Другим инструментом исследования был выбран метод фокус-группового интервью, который позволил получить эмпирический материал за счет фокусирования дискуссии участников на основе предложенной им некоторой ценностно-смысловой конструкции [4]. В качестве респондентов выступали местные жители, занятые в различных сферах деятельности, общественные активисты, представители малого бизнеса семи субъектов СКФО. Гайд был составлен с учетом методологических подходов к анализу механизмов реализации краудсорсинга.

Результаты и обсуждение

Выполненный теоретический анализ позволил уточнить сущность краудсорсинга как социальной коммуникативной технологии перспективного тренда развития местного самоуправления, которую можно трактовать как социальное взаимодействие между людьми, основанное на признании права активно участвовать в решении общественных проблем.

Среди наиболее заметных эффектов в ходе обоснования целесообразности внедрения краудсорсинга следует обратить внимание

на такие эффекты, как финансовый, коммуникативный, мотивационный, образовательный, административный, организационный, управленческий и репутационный.

Административный эффект состоит в возможности построения реального открытого диалога с населением, приобретении доверительных партнерских отношений и дополнительных ресурсов влияния на ситуацию в регионе в виде поддержки жителей. Помимо этого, четкие представления о правомерности и легитимности действий позволят реализовать своевременно инновационные идеи. Следовательно, для его достижения необходимо разработать пакет нормативных правовых документов, регламентирующих и легитимизирующих деятельность по разработке и реализации краудсорсинговых проектов.

Коммуникативный эффект образуется за счет вовлечения большого числа заинтересованных лиц в решение местных проблем, создания интегрального интеллекта в масштабах муниципалитета, способного генерировать инновационные идеи, направленные на повышение качества жизни жителей муниципальных образований. На его достижение будут направлены такие действия, как создание информационных площадок на территории муниципального образования, проведение круглых столов, конференций, семинаров, в том числе в режиме онлайн.

Мотивационный эффект связан с достижением наивысшего уровня удовлетворенности своей деятельностью. В процессе работы над краудсорсинговым проектом - это возможность проявить себя, продемонстрировать свои сильные стороны, удовлетворить социальные и личные потребности собственные честолюбивые замыслы. Следовательно, разработка соответствующей системы стимулов может создать действенную эффективную систему мотивации, которая станет движущей силой вовлечения населения в краудсорсинговую деятельность.

Образовательный эффект - это повышение уровня компетенций, в том числе коммуникативных, информационных, управленческих, методических и развитие способностей, позволяющих участвовать в реализации крауд-

сорсинга. На его достижения должны быть направлены такие мероприятия, как обучающие и развивающие тренинги, кейс-стади, издание методических пособий по применению краудсорсинга.

Репутационный эффект - это изменение оценочных суждений в отношении деятельности представителей органов муниципальной власти, повышение доверия, получение позитивных оценок и создание благоприятного имиджа местных чиновников. Для его достижения необходимо освещать в средствах массовой информации деятельность органов власти, события, связанные с реализацией популярных проектов, направленных на повышение качества жизни населения муниципалитета.

Управленческий эффект достигается за счет выявления наиболее острых проблем, с точки зрения их наивысшей актуальности для населения муниципального образования, разработки оптимальных управленческих решений, учитывающих мнение большинства граждан, снижение риска принятия непопулярных, антисоциальных решений. Для его достижения необходимо разработать систему обратной связи населения с органами муниципальной власти в режиме реального времени.

Как можно видеть, краудсорсинг позволяет решить многие местные проблемы более эффективно нежели традиционное администрирование. Вместе с тем для реализации краудсорсинга должны сложиться определенные условия, среди которых: наличие критической массы креативных и компетентных индивидов; наличие проблем, требующих решения; потребность граждан в самореализации; понимание органами публичной власти возможности решения задач ресурсами местных сообществ. Наиболее важным условием является наличие у населения потенциала для участия в краудсорсинге, иными словами, должен быть краудсорсинговый потенциал.

Под краудсорсинговым потенциалом населения будем понимать совокупность представлений и поведенческих установок жителей муниципальных образований, соответствующих характеристикам субъектности

и одновременно обладающих уровнем методологической готовности к коллективному взаимодействию. Этот потенциал может быть различным у разных категорий населения. Его высокий уровень способствует интенсификации участия граждан в различных социальных практиках на местах, усилению связей кооперации, сотрудничества, установлению партнерских отношений с различными субъектами социальной активности, развитию местного сообщества и решению многих проблем муниципального образования. Наоборот, его низкий уровень ведет к социальной пассивности, росту патерналистских настроений, иждивенчества.

Анализ полученных ответов в целом дает позитивную информацию о перспективах реализации краудсорсинга в муниципалитетах. Хотя на первый взгляд, судя по процентам ответа на первый вопрос, может показаться, что краудсорсинг не приемлет значительная часть экспертов. Всего 27,1% представителей власти и 37,1% представителей общественности отметили, что у краудсорсинга большие перспективы. Однако, принимая во внимание, что это новая технология в российской практике, то сомнения вполне оправданы.

Оценка состояния диалога между местными властями и населением может быть интерпретирована как удовлетворительная. Обе стороны муниципальной элиты считают, что «диалог вполне продуктивен» - примерно по 25% и «диалог налажен, но по ряду вопросов нет окончательного согласия» - так считают 58,3% представителей муниципальной власти и 40,7% представителей общественности. Вместе с тем есть ответы, указывающие на то, что представители публичной власти не до конца используют имеющиеся инструменты вовлечения населения в принятие управленческих решений на местном уровне и не разрабатывают новые, более эффективные способы.

Причиной низкого уровня сотрудничества в муниципальных образованиях являются «недоверие местным властям» (68,75% - ответы представителей муниципальной власти; и 38,9% - представители общественности); «нестабильная политическая ситуация» (20,8% и 24,1%); «высокие административные барьеры»

(20,8% и 24,1%); «низкий уровень социальной активности населения» (52,1% и 55,6%); «недостаточный уровень развития информационной грамотности населения» (29,1% и 38,9%); «нехватка квалифицированных управленческих кадров» (33,3% и 46,3%) и «отсутствие информационной платформы для взаимодействия».

По мнению экспертов, главными участниками предлагаемых проектов в муниципальных образованиях должны выступать представители бизнеса. Так, более половины экспертов считают, что представителей бизнес-сообщества, безусловно, следует привлекать к решению местных проблем. Лишь в отдельных ответах присутствовали сомнения в целесообразности вовлечения бизнес-структур в муниципальное управление. В качестве аргументов были выбраны такие суждения: «приоритеты бизнес-сообщества смещены в сторону получения прибыли, их мало интересуют проблемы местного социума», «у представителей бизнес-сообщества отсутствует мотивация, поскольку участие требует временных затрат».

В то же время экспертами отмечается низкий уровень взаимодействия научного сообщества и эффективности предлагаемых ими проектов. Более половины (54,2%) считают, что результаты неэффективны, около 20% считают, что меньшая часть предложений от научных коллективов эффективна и только 22,9% отмечают эффективность результатов совместной деятельности. Полученные данные говорят о том, что на современном этапе в Северо-Кавказском регионе произошел отрыв научного сообщества от практики муниципального управления.

Важным показателем наличия потенциала муниципального образования в реализации краудсорсинга является готовность представителей муниципальной элиты в нем участвовать. Более 90% муниципальных служащих в той или иной мере выражают заинтересованность в решении и реализации местных проблем, немного меньшую готовность отмечают представители общественности – 77,8%. Однако 20% ответов представителей общественности демонстрируют отсутствие готовности

участвовать в краудсорсинге. Особенного внимания заслуживает опция - «нет, я не буду участвовать в подобных проектах, все равно от меня ничего не зависит», его выбрали 12,96%. Данный результат можно объяснить тем, что, возможно, ранее они столкнулись с определенными административными барьерами в решении своих вопросов и поэтому появилась такая позиция.

В ходе исследования получена информация о мотивах участия в краудсорсинге. Личная заинтересованность в решении проблем присуща 50,0% представителей муниципальной власти и 53,7% представителей общественности. Примерно на таком же уровне находится выбор ответа «Возможность увидеть воплощение своих идей в жизнь» - 47,9% (представители муниципальной власти) и 46,3% (представители общественности). Примерно одинаковые позиции обнаружены в ответах «свобода творчества в рамках поставленной задачи» и «способ общения и поиск единомышленников», «возможность самореализации, обнаружения своих идей и замыслов». В ответах заметно наличие мотивов более высокого социального уровня у представителей муниципальной власти.

Анализ полученных ответов в целом дает позитивную информацию о перспективах реализации краудсорсинга в муниципалитетах. Хотя на первый взгляд, судя по процентам ответа на первый вопрос, может показаться, что краудсорсинг не приемлет значительная часть экспертов. Всего 27,1% представителей власти и 37,1% представителей общественности отметили, что у краудсорсинга большие перспективы. Однако, принимая во внимание, что это новая технология в российской практике, то сомнения вполне оправданы. Однако категоричные утверждения о том, что у краудсорсинга нет никаких перспектив, были в меньшинстве. Примерно по 12% экспертов с обеих сторон отметили, что перспективы сомнительны. А ответ, что краудсорсинг не станет заметным явлением в жизни муниципального сообщества, но может быть иногда полезным в решении местных проблем, на наш взгляд, является проявлением осторожности, но не отрицания целесообразности и возможности

реализации краудсорсинга в муниципальном управлении.

Оценки рисков реализации краудсорсинга в ответах экспертов, представителей обеих сторон в целом совпадают. В первую очередь, отмечаются незаинтересованность населения (33,3% ответов представителей муниципальной власти и 29,6% представителей общественности) и инертность органов местного самоуправления (соответственно 18,7% и 22,2%). Отсутствие информационной поддержки со стороны местных СМИ отметили 6,25% представителей муниципальной власти и 9,25% представителей общественности, недостаток средств для создания и обслуживания сайта (8,3% представителей муниципальной власти и 22,2% представителей общественности). Основными рисками, по мнению экспертов, выступают инертность органов местного самоуправления, отсутствие информационной поддержки со стороны местных СМИ, недостаток средств для создания и обслуживания сайта, незаинтересованность населения.

Личная заинтересованность в решении проблем присуща 50,0% представителей муниципальной власти и 53,7% представителей общественности. Примерно на таком же уровне находится выбор ответа «Возможность увидеть воплощение своих идей в жизнь» - 47,9% (представители муниципальной власти) и 46,3% (представители общественности).

Результаты фокус-групп можно представить в виде нескольких слоев поверхностного и глубинного содержания. В ходе сравнения оценочных суждений городских и сельских жителей, а также жителей разных регионов выявлена некоторая разнородность осмысления проблем муниципального социума и возможностей их решения средствами краудсорсинга. Это обусловлено региональными особенностями, сложившимися историческими традициями и ресурсными возможностями. Так, в фокус-группе сельских жителей при оценке проблем акцент делается на качестве предоставления медицинских и образовательных услуг, развитии социальной инфраструктуры. В оценках представителей городов доминировали проблемы благоустройства, услуг ЖКХ, организации мест проведения до-

суга, занятий спортом и др. Однако в целом респонденты во всех фокус-группах были солидарны в суждениях относительно существования проблем в муниципальных образованиях и необходимости привлечения различных групп местного населения к их решению.

В ряде суждений сельских жителей наблюдалось открытое апеллирование к недостаточности финансовых средств для решения проблем в муниципальных образованиях. Определенные затруднения вызвало обсуждение вопроса о выборе способов коммуникаций, как у сельских жителей, так и жителей городов. В основном респонденты ограничились перечислением форм участия, упомянутых в Федеральном законе от 06.10.2003 N 131-ФЗ (ред. от 29.12.2020) «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» [5].

Выявлено различие позиций респондентов относительно оценки мотивов участия представителей разных групп населения в решении местных проблем. Среди основных были названы мотивы общественного признания, приобретения известности, получения дальнейших конкурентных преимуществ, экономических выгод в ближайшей перспективе. Участники фокус-групп в отдельных муниципальных образованиях (Республика Дагестан, Ингушетия и Чеченская Республика) в качестве основного назвали религиозный мотив, отметив, что в Исламе благотворительность и щедрость ценятся очень высоко, эта тема упоминается в целом ряде аятов Корана. В большинстве проведенных фокус-групп наблюдалось отсутствие упоминания мотивов, связанных с возможностью самореализации и творчества.

Высказывания респондентов относительно возможных эффектов в основном связаны с удовлетворением материальных потребностей и экономией бюджетных средств и, возможно, получением инвестиций от представителей бизнес-структур. В то время как отсутствовали предположения относительно получения репутационного, информационного, коммуникативного и управленческого эффектов. Однако, несмотря на эмоциональную окрашенность ответов, их нечеткое

оформление и недостаточно ясное понимание возможных эффектов, можно сделать вывод о том, что в представлениях участников фокус-групп краудсорсинг является действенным инструментом решения проблем.

Выводы

В целом, как показали результаты проведенного социологического опроса, население СКФО демонстрирует готовность к конструктивному диалогу с представителями местной власти. Мнения экспертов не имеют существенных противоречий, обусловленных социально-профессиональной структурой, местом проживания и принадлежностью муниципального образования к городскому округу или сельскому поселению. Наибольшие расхождения в позициях вызвали такие вопросы, как состояние диалога между населением и органами муниципальной власти, активность политических партий и общественных организаций в решении местных проблем, наличие возможностей для создания информационно-коммуникативной платформы взаимодействия, наличие средств для обслуживания сайта, готовность представителей муниципальной элиты участвовать в реализации краудсорсинговых проектов.

Вместе с тем оценка перспектив внедрения краудсорсинга в практику управления муниципальным образованием, возможных рисков и мотивов участия в краудсорсинговых проектах у обеих групп экспертов во многом совпадает, как и выдвинутые предложения по преодолению проблем внедрения краудсорсинга. Это вносит определенный оптимизм в достижение понимания необходимости взаимодействия всех групп населения муниципального образования для получения социально-экономических эффектов.

Анализ полученных эмпирических материалов по результатам проведения фокус-групп позволил сделать выводы об отношении населения муниципальных образований СКФО к внедрению краудсорсинга. Несмотря на некоторые различия в осмыслении проблем муниципального социума и возможностей

их решения, обусловленные региональными особенностями, участники фокус-групп были солидарны в оценке перспектив реализации краудсорсинга, в проявлении интереса и готовности поддержать внедрение краудсорсинга.

Таким образом, концепция краудсорсинга, акцентирующая внимание на технологических аспектах участия граждан в управлении,

пока еще с трудом воспринимается не только работниками административных структур, но и значительной частью населения, привыкшего к патерналистской трактовке взаимоотношений государства и общества и довольно часто оправдывающего свою пассивность ссылками либо на принципиальную невозможность изменений, либо на их чрезмерную ресурсную затратность.

Список литературы

1. Лобова С.В., Долженко Р.А. Направления использования краудсорсинга для решения государственных и общественных задач в регионе // Региональная экономика: теория и практика. – 2016. – №2. – С. 135-148.
2. Хау Д. Самая богатая часть планеты работает бесплатно во время перерывов на кофе // Theory and practice [Электрон. ресурс] – 2016. – URL: <http://theoryandpractice.ru/> (дата обращения 12.02.2022).
3. Добренков В.И. Методы социологического исследования. – М.: ИНФРА-М. – 2004. – 768 с.
4. Мертон Р., Фiske М., Кендалл П. Фокусированное интервью. / Пер. с англ. Т.Н. Федоровской под ред. С.А. Белановского. – М.: Институт молодежи, 1991.
5. Федеральный закон от 03.10.2003 № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» // Собрание законодательства РФ. – 2003. – № 40. – Ст. 3822.

References

1. Lobova S.V., Dolzhenko R.A. Napravleniya ispolzovaniya kraudsorsinga dlja resheniya gosudarstvennyh i obshestvennyh zadach v regione [Directions for using crowdsourcing to solve state and public problems in the region], Regionalnaja ekonomika: teorija i praktika [Regional Economics: Theory and Practice], 2, 135-148 (2016).
2. Hau D. Samaja bogataja chast planeti rabotaet besplatno vo vremja pereryvov na kofe [The richest part of the planet works for free during coffee breaks] [Electronic resource], Theory and practice, (2016). Available at: <http://theoryandpractice.ru/> (Accessed: 12.02.2022).
3. Dobrenkov V.I. Metodi sociologicheskogo issledovaniya [Methods of sociological research] (INFRA-M, Moscow, 2004, 768 p.)
4. Merton R., Fiske M., Kendall P. Fokusirovannoe intervju [The focused interview] (Institut molodezhi, Moscow, 1991).
5. Federalnyi zakon ot 03.10.2003 № 131-FZ «Ob obshih principah organizacii mestnogo samoupravlenija v Rossiiskoi Federacii» [Federal Law No. 131-FZ of 03.10.2003 «On the General Principles of Organization of Local Self-Government in the Russian Federation»], Sobranie zakonodatelstva RF [Collection of legislation of the Russian Federation], 40, 3822 article (2003).

С.В. Алиева

Ресей Федерациясы Президентінің жанындағы Ресей халық шаруашылығы және мемлекеттік басқару академиясының Солтүстік Кавказ институты, Пятигорск, Ресей

Муниципалитет тұрғындарының краудсорсингтік әлеуетін әлеуметтік зерттеу әдістемесі

Аңдатпа. Мақалада муниципалитеттер тұрғындарының краудсорсингтік әлеуетін зерттеудің әдіснамалық негіздері қарастырылған. Муниципалитеттер тұрғындарының «краудсорсингтік әлеуеті» ұғымы-

ның мәні мен мазмұны ашылады. Осы объектінің бірегей құрылымын, оның жұмыс істеуінің жасырын тетіктерін және даму динамикасын зерттеудегі сапалы әдістердің рөлі негізделген. Мақалада сараптама-лық сауалнама, фокус-топтық зерттеу және алынған деректерді түсіндіруге мүмкіндік беретін түпнұсқа талдау әдістерін қолдану қарастырылады. Бұл әдістерді қолданудың негізгі міндеті-краудсорсингті муниципалды басқару практикасына енгізу перспективаларын бағалауға, краудсорсингтік жобаларға қатысу себептерін анықтауға және ықтимал тәуекелдерді болжауға мүмкіндік беретін ақпарат алу.

Түйін сөздер: әлеуметтанулық зерттеу әдістемесі, краудсорсингтік әлеует, муниципалитеттің халқы.

S.V. Aliyeva

North Caucasian Institute of the Russian Academy of National Economy and Public Administration under the President of the Russian Federation, Pyatigorsk, Russia

Methodology of sociological research of the crowdsourcing potential of the population of the municipality

Abstract. The article discusses the methodological foundations for conducting a study of the crowdsourcing potential of the population of municipalities. The article reveals the essence and content of the concept of «crowdsourcing potential» of the population of municipalities. The article substantiates the role of qualitative methods in the study of the unique structure of a given object, the hidden mechanisms of its functioning, and the dynamics of development. The article discusses the conduct of an expert survey, focus group research, and the use of original methods of analysis that allow the interpretation of the data obtained. The main task of applying these methods is to obtain information that allows assessing the prospects for introducing crowdsourcing into the practice of managing a municipality, identifying the motives for participating in crowdsourcing projects, and predicting possible risks.

Keywords: methodology of sociological research, crowdsourcing potential, population of the municipality.

Сведения об авторе:

Алиева С.В. – доктор социологических наук, профессор, заведующий кафедрой менеджмента и предпринимательского права Северо-Кавказского института Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, ул. Дунаевского, 5, Пятигорск, Россия.

Aliyeva S.V. – Doctor of Sociological Sciences, Professor, Head of the Department of management and entrepreneurial Law of the North Caucasian Institute of the Russian Academy of National Economy and Public Administration under the President of the Russian Federation, 5 Dunayevsky str., Pyatigorsk, Russia.