

УДК 316.34/.35
ББК 60.54

DOI 10.22394/1682-2358-2018-3-130-137

Ya.A. Tsukanov, post-graduate student of the Sociology and Information Technology Department, Central Russian Institute of Management, Branch of the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration

THEORETICAL BASIS FOR THE RESEARCH OF CROWDSOURCING AND SMART MOBS

Theoretical foundations of “smart mobs” and “crowdsourcing” are considered. Two groups of prerequisites for the formation of smart mobs based on the analysis and synthesis of the theory of G. Reinhold are identified. The correlation between the concepts of “crowdsourcing” and “smart mobs” is analyzed.

Key words and word-combinations: smart mobs, crowdsourcing, political participation.

Я.А. Цуканов, аспирант кафедры социологии и информационных технологий Среднерусского института управления — филиала Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ (email: yatsukanov@gmail.com)

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ КРАУДСОРСИНГА И УМНОЙ ТОЛПЫ

Аннотация. Рассматриваются теоретические основы понятий «умная толпа» и «краудсорсинг». Выделяются две группы предпосылок возникновения умной толпы на основе анализа и синтеза теории Г. Рейнгольда. Анализируется соотношение понятий «краудсорсинг» и «умная толпа».

Ключевые слова и словосочетания: умная толпа, краудсорсинг, политическое участие.

В историческом процессе ресурсы толпы нередко использовались в революционных целях для попытки свержения действующей власти (государственного переворота). Наблюдаются также сценарии цветных революций на постсоветском пространстве. Для государства ставится задача в установлении истинных факторов возникновения подобных сценариев: действительно ли это политическое участие и волеизъявление большинства граждан страны или попытка государственного переворота, осуществляемого небольшой группой лиц. В современных реалиях толпа преобразовалась под воздействием развития

коммуникационных сред в виде мобильного Интернета. Возникли новые способы мобилизации, координации, рекрутинга участников для политической толпы. Изменились признаки самой толпы. Ресурсы толпы теперь можно использовать для решения общественных проблем, выполнения конкретных задач. Новый коммуникационный канал придал толпе не только форму, но и структуру. Появились способы группового давления на недобросовестного участника виртуальной толпы, которые работают благодаря их репутационным системам. Люди на улице могут быстро информировать друг друга, каждый может «быть глазами» для остальных. Остается актуальным вопрос о понятии механизма работы толпы, предпосылках их возникновения, способах контроля.

В современных реалиях существует феномен умной толпы (смартмоб), краудсорсинга, в которые включаются многие формы политического участия (ведение политических блогов, мобилизация сторонников политических партий/движений, подписание онлайн-петиций, онлайн-анализ гражданами законодательских инициатив парламентариев и т.д.). Традиционные формы политического участия могут найти отражение в онлайн-виртуальности, которая строится с учетом закономерностей сотрудничества. Однако виртуальность допускает новые виды взаимодействия людей, недоступные при использовании традиционных средств политического участия. Таким образом, Интернет дает возможность эволюционировать всем формам политического участия, расширить масштаб политического взаимодействия.

С.Г. Ушкин в рамках своего диссертационного исследования приводит авторскую классификацию концепций сетевой протестной активности: теория умной толпы (Г. Рейнгольд), теория минимизации затрат (К. Ширки, Е.Д. Невесенко), теория сетей и потоков (М. Кастельс и др.), теория солидаризации и социального перфоманса (Дж. Александер, И.В. Ксенофонта), теория слактивизма (Е. Морозов, З. Бауман) [1, с. 53–64]. Автором отмечается главное различие между сетевыми теориями — структурной разницей подходов, которая заключается «в эффекте влияния новых информационных и коммуникационных технологий на протестную активность: позитивном, негативном и нейтральном» [1, с. 63]. Попытаемся проанализировать некоторые из обозначенных теорий.

Термин «умная толпа» впервые предложил Г. Рейнгольд в 2002 г. SmartMob (англ. *Smart mob* — умная толпа) — форма самоструктурирующейся социальной организации, осуществляющейся посредством эффективного использования высоких технологий [2, с. 8]. Ученый отмечает ситуативность их возникновения; взаимодействия между участниками умной толпы осуществляются, даже если они не знают друг друга. Признаки умной толпы соответствуют некоторым особенностям квазигруппы: анонимности, спонтанности образования, неустойчивости взаимосвязей, кратковременности совместных действий. Социальная структура между участниками квазигруппы изначально отсутствует, но в определении умной толпы наличие социальной структуры четко определено — это форма самоструктурирующейся социальной организации. В виртуальности есть возможность отслеживать каждый шаг пользователя благодаря системе учета и регистрации совершенных действий. Подобная система наблюдения раскрывает потенциал для введения виртуальных репутационных

систем, облегчающих взаимодействия между незнакомыми людьми. Наличие такой системы уже подразумевает существование виртуальной социальной структуры. На основе репутационной системы возникает, как правило, система наказания (групповых форм социального контроля). В итоге умная толпа обладает признаками как социальной группы, так и квазигруппы.

В соответствии с положениями теории Г. Рейнгольда можно выделить две группы предпосылок возникновения умной толпы:

– технологии сотрудничества, которые выполняют поиск решения задачи коллективного действия;

– развитие вычислительной техники и коммуникационных сред (рисунок).

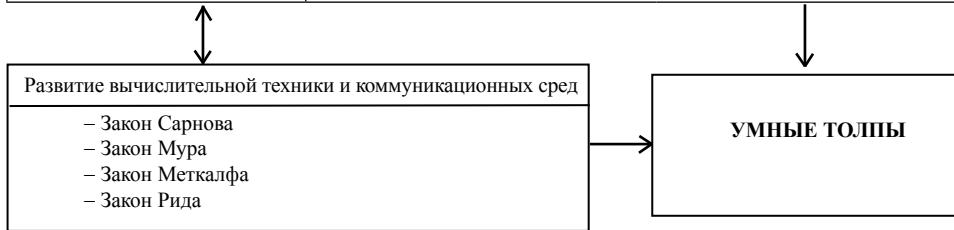
Под задачей коллективного действия понимается поиск равновесия, баланса между потребностями каждой отдельно взятой личности и необходимостью построения общественного блага. В качестве примера приведем пиринговые сети, где каждый их участник может совершать файлообменные операции. Сообщества таких сетей подразумевают, что каждый их участник должен внести свой вклад в процесс файлообмена — это и будет являться условием существования общественного блага. Каждый участник пиринговых сетей может скачать выложенный кем-то файл в личных целях, но сообщество данной сети требует за эту корыстную операцию определенной «платы» с участника. «Плата» может заключаться в помощи другим пользователям скачать обозначенный файл (встать на раздачу) или в предоставлении данному сообществу новой информации (файла). Как и в реальности, виртуальный участник может избегать «платы», истощая общественный ресурс, не предоставляя ничего взамен. Для решения подобной иждивенческой проблемы в виртуальности была перенесена из реальности система катализаторов сотрудничества. Первым логичным шагом по выявлению иждивенческих элементов стало построение системы наблюдения, где функции контроля выполняет назначенный администратор. Для выявления соотношения активности одних участников по отношению к другим вводились репутационные системы. Репутация каждого участника зависит от ряда показателей основных индикаторов активности:

- сколько скачано (гигабайт или терабайт информации);
- сколько роздано (гигабайт или терабайт информации);
- количество выложенных файлов пользователя (торрентов);
- оказываемая помощь на форумах и т.д.

Ввод подобных репутационных систем выводил систему наблюдения за пользователями на новый уровень. Репутационные индикаторы позволяют выявлять иждивенческие элементы сообществ и самых активных участников, внесших наибольший вклад в общественное благо. При наличии обозначенных систем развития сотрудничества в полной мере становится доступной система наказания и вознаграждения. Она может строиться как на поощрении активных участников, так и на наказании корыстных пользователей или иметь гибридную форму. В первом случае наказание иждивенческих элементов имеет латентную форму: наиболее активные участники получают различные привилегии, тогда как недобросовестные участники их лишаются. Привилегии могут состоять из повышенной скорости скачивания, первоочередности скачивания, увеличения лимита скачиваемой информации и другого. Во втором

случае иждивенческие элементы наказываются: снижается лимит скачиваемой информации, скорость скачивания вплоть до изгнания из сообщества. В гибридной форме действуют как системы наказания, так и поощрения. Наказание и поощрение находятся в тесной связи с индикаторами систем наблюдения и репутации.

Технологии сотрудничества (задача коллективного действия)		
Теория игр (игры с нулевой суммой)	<ul style="list-style-type: none"> – Игра с трусом – Охота на оленя – Тупик – Дилемма заключенного Мини-игры: <ul style="list-style-type: none"> – Ультиматум – «Общественные блага» 	
Общественные блага (искусственные)	<ul style="list-style-type: none"> – Победа на соревнованиях вычислительной системы «Услуга за услугу» – Интернет – Открытый программный код ПО (свободный) – Беспроводная мобильная сеть (Wi-fi) – P2p-сети (пиринговые сети) – Открытый электромагнитный спектр частот – Бесплатные клиентские программы – Социальные сети и др. 	
Катализаторы сотрудничества	Репутация	Система рекомендаций и рейтингов Социальная фильтрация Репутационные системы
	Наблюдение	«Паноптикум» Веб-камеры P2p-журналистика; блоги
	Наказание	Новые институты социального контроля и наказания
Роевой (коллективный разум) и общественный ум	Эмерджентные свойства – самоорганизованные, ситуативные сети с самостоятельностью субъединиц.	
Игры с ненулевой суммой (Р. Райт)	<ul style="list-style-type: none"> – Бессознательный взаимный альтруизм (в генофонде) + – Сознательное сотрудничество – Метатехнологии – Новые информационные технологии = децентрализация власти 	



Группы предпосылок возникновения умной толпы в теории Г. Рейнгольда

Нельзя ограничить лимит скачиваемых торрентов конкретным пользователем (группе пользователей) без наличия соответствующего отслеживающего

индикатора, отсюда и разность систем наказания в тех или иных сообществах. Рассмотренные катализаторы сотрудничества на примере сообществ пиринговых сетей являются одним из признаков социальной группы. Как правило, все признаки социальной группы присущи ядру пользователей пиринговой сети, являющемуся незначительным в соотношении со всеми остальными участниками файлообменного процесса. Большинство пользователей участвуют в задачах спонтанно, анонимно, взаимодействуют друг с другом посредством однообразного действия (скачивают необходимую информацию) в личных целях. Это подтверждается многообразием торрент-трекеров, которые функционируют без каких-либо систем развития сотрудничества, но существующих за счет торрент-трекеров с их наличием. Для выделенных непостоянных пользователей характерны многие признаки квазигруппы, которые позволяют причислить пиринговые сети к теории умной толпы Г. Рейнгольда. Однако общественное благо в виде пиринговых сетей имеет и негативную сторону. Если для пирингового сообщества активные пользователи, увеличивающие пределы общественного блага в пиринговых сетях, являются «честными» игроками, то для законных владельцев выкладываемой информации они издивенцы. Довольно часто файлы в пиринговых сетях размещаются без законных на то оснований. Владелец информации сталкивается с проблемой рассеивания искового заявления ввиду наличия множества анонимных участников, скачавших файл. Первыми лицами для судебных разбирательств становятся владельцы торрент-трекеров, нередко являющиеся провайдерами. В этом случае выступает защитный аргумент: владельцы торрент-трекеров лишь предоставляют «комнату» для обмена данными, а за предмет обмена пользователей (контент) ответственности не несут. Роскомнадзор ведет активную борьбу с незаконным распространением информации в пиринговых сетях, но активность нелегального обмена на торрент-трекерах по-прежнему высока.

Рассмотренные на примере пиринговых сетей виртуальные системы наблюдения, репутаций, наказаний имеют свой универсальный вид и в социальных сетях, в различных клиентских программах, на краудсорсинговых площадках, в виртуальных торговых площадках и т.д.

Вторую группу предпосылок возникновения умной толпы Г. Рейнгольда видит в развитии вычислительной техники и коммуникационных сред, ссылаясь на четыре основных закона: закон Мура, закон Сарнова, закон Меткалфа, закон Рида. Закон Мура достигает своего предела, что и было им обозначено (в физических пределах размера атома и скорости света). Оживленная дискуссия по данному вопросу началась в 2015 г. Остальные три закона относятся к развитию коммуникационных сред. Разбор законов в данной работе не имеет особого смысла, а их содержание находится в открытом доступе. Отметим лишь то, что без появления и развития вычислительных и коммуникационных сред выбранный предмет исследования будет отсутствовать.

Массовое участие, по мнению К. Ширки, претерпело следующие изменения: 1) коммуникации участников приобрели более горизонтальный характер; 2) появилась цифровая журналистика; 3) пользователь социальных сетей не только потребляет, но и производит свой контент [3]. Можно найти отражение представленных постулатов и основной концепции теории мини-

мизации затрат К. Ширки в теории умной толпы Г. Рейнгольда. Это заметно даже при взгляде на схему (рисунок): Г. Рейнгольдом были рассмотрены вопросы р2р-журналистики, вероятность угрозы от «информационного мусора» пользователей, непрерывно генерирующие контент. Минимизация затрат за счет самоорганизации участников заведомо заложена в определение умной толпы Г. Рейнгольда. Различны только маркеры участников: в одном случае это умная толпа, а в другом — участники виртуальных социальных сетей. Но К. Ширки внес значительный вклад в разработку постулатов организации виртуальных сетевых участников в сетевые группы [4].

Понятие «краудсорсинг» появилось позже теории умной толпы и связано с именем журналиста Д. Хау, который в 2006 г. впервые в статье «The Rise of Crowdsourcing» в журнале «Wired» определил центральное понятие (англ. *crowdsourcing*, *crowd* — «толпа» и *sourcing* — «использование ресурсов») — это мобилизация ресурсов людей посредством информационных (и коммуникационных) технологий с целью решения задач, стоящих перед бизнесом, государством и обществом в целом [5]. На данный момент преобладают такие виды краудсорсинга, как краудфандинг и краудинвестинг. Сама трактовка краудсорсинга «ведет» к основному действующему лицу — толпе, которая существует в рамках информационных и коммуникационных технологий с высоким уровнем сотрудничества.

С.В. Егерев и С.А. Захарова приходят к мысли о том, что современная наука в российских реалиях может и должна строить и развивать платформы краудсорсинга с целью расширения горизонтальных связей научного сообщества, проведения более масштабных и независимых исследований и способна отойти от более традиционной иерархической системы взаимодействия ученых и начальства [6, с. 311–313]. Краудинвестинг и краудфандинг могут стать ключевыми источниками независимости исследователей. Отмечается наличие сетевой структуры «распределенных» квалифицированных кадров и научной деятельности, где поставлены определенные задачи и присутствуют ролевые компоненты для «подключаемых» участников. Обозначенные квалифицированные кадры могут иметь две формы научной деятельности: сетевые и дисперсные. В сетевых сообществах, как правило, присутствуют люди, чьим основным видом профессиональной занятости выступает научная деятельность и они, соответственно, причастны к традиционным научным организациям. Как уже отмечалось в примере о ядре пиринговых сетей, в сетевых научных сообществах присутствует более выраженная структура и взаимосвязь между участниками, сохраняются черты научной команды. Дисперсные сообщества отличаются большей степенью автономности, они разрозненны, а взаимосвязи участников менее устойчивы по причине ситуативности возникновения предлагаемой задачи и/или отсутствия запланированного круга исполнителей (участников). Здесь также может присутствовать ядро в виде профессионалов, но основная работа предназначается для периферии, состоящей из «любителей». Одной из отмеченных авторами проблем по развитию сетевой и дисперсной исследовательской деятельности в России является отсутствие опыта призового вознаграждения больших групп участников — слабо проработанной системы вознаграждения и наказания. Для определения понятия краудсорсин-

га исследователи используют скорее исторический подход. В его рамках рядом зарубежных научных авторов исследуется коллективная распределенная работа как прародитель современного понятия краудсорсинга [7; 8]. В заданном исследовательском ракурсе использование ресурсов толпы не имеет строгой привязки к такому коммуникационному каналу, как Интернет, и может существовать за счет средств массовой информации. Банальный конкурс, условия которого растиражированы на листовках, есть пример краудсорсинга.

В отечественной науке краудсорсинг часто рассматривается как положительный феномен [9]. Д.В. Акаев, Г.В. Макович отмечают наличие большого потенциала в использовании краудсорсинговых проектов по увеличению степени социальной активности населения [10; 11]. Степень такой активности зависит от образования обратной связи (власть — общество), возможность реализации которой является неотъемлемой частью коммуникационных сетей в виде Интернета. Главный плюс краудсорсинга заключается в пространственной, статусной, ролевой и иной разрозненности задействованных элементов (участников) и самоорганизованности субъединиц по принципу ролевой системы, что позволяет каждому участнику приносить свой фрагмент «мозаики» для составления общей динамичной социально-политической картины страны / области / города и совместного решения обозначенных проблем населения. Исходя из данных постулатов, краудсорсинг может стать альтернативой или даже заменой дорогостоящих социологических опросов — то есть прогнозируется минимизация ресурсозатрат за счет самоорганизации краудсорсинговых групп. Необходимо отметить, что не во всех работах краудсорсинг представлен в «светлых» тонах. Так, Е. Морозовым [12] и З. Бауманом [13] предложена теория слактивизма. Авторы такого подхода не только не видят реального участия по сформированным в виртуальности принципам участия, но и предвещают угрозу тотального надзора властных структур в социально-политических виртуальных сетях. Следовательно, предпринимается попытка опровержения всех позитивных подходов к использованию краудсорсинговых платформ в социально-политических сферах участия.

На основе проведенного анализа можно сделать вывод, что понятия «краудсорсинг» и «смартмоб» соотносятся следующим образом:

- 1) понятие «смартмоб» имеет определенную форму социальной организации;
- 2) часть определения краудсорсинга «мобилизация ресурсов» людей не исключает названную форму;
- 3) понятие «краудсорсинг» включает множество форм взаимодействия на основе использования информационных и коммуникационных технологий;
- 4) понятия «смартмоб» и «краудсорсинг» не исключают динамики используемых технологий (их смены);
- 5) оба понятия не исключают возможности действий субъектов оффлайн, но строго привязаны к использованию высоких технологий;
- 6) понятие «краудсорсинг» имеет четкую цель или задачу, которую необходимо решить; постановку цели или задачи осуществляет конкретный заказчик;
- 7) в структуре краудсорсинга отсутствуют иждивенческие элементы в отличие от умной толпы; участники умной толпы могут преследовать собственные цели в ущерб какого-то общественного блага.

Таким образом, отмечается широкая представленность в отечественной и зарубежной научной литературе подходов исследования виртуальной сетевой активности (умной толпы) и краудсорсинга. Коммуникационные сети в виде Интернета и мобильного Интернета позволяют выстраивать старые (традиционные) формы взаимоотношений, взаимодействий и переносить их в новую виртуальную среду. Успешно существующие в реальности виды катализаторов сотрудничества были спроектированы вновь в виртуальности. Теперь каждый человек может спроектировать себя заново в виртуальности. Но обсуждаемая коммуникационная сеть дает новый виток развития переносимым из реальности традиционным смыслам. Группы людей стали приобретать признаки квазигруппы и социальной группы, и это не является переходным периодом, стадией, а указывает на существование среднего звена между квазигруппой и социальной группой. Г. Рейнгольд одним из первых предпринял попытку маркировать это звено, где «толпа» выступает эталоном признаков квазигруппы, как в теориях Г. Тарда и Г. Лебона [14], а «умная» соотносится с признаками сплоченной социальной группы. Понятие «краудсорсинг» возникло уже по причине наличия условных «средних» групп и из желания использования их ресурсов повсеместно. Понятия о массовой деятельности существовали и ранее, но только благодаря Интернету краудсорсинг приобрел желаемый масштаб и форму.

Библиографический список

1. Ушкин С.Г. Влияние виртуальных социальных сетей на протестную активность в российском обществе: дис. ... канд. социол. наук. Саранск, 2015.
2. Рейнгольд Г. Умная толпа: Новая социальная революция / пер. с англ. А. Гарькавого. М., 2006.
3. Shirky C. How social media can make history. URL: http://www.ted.com/talks/clay_shirky_how_cellphones_twitter_facebook_can_make_history/transcript
4. Shirky C. Here Comes Everybody: The Power of Organizing Without Organizations. United Kingdom: Penguin Group, 2008.
5. Мосс А. Что такое краудфандинг? // Crowdsourcing.ru: портал крауд-сервисов, 2006. URL: http://crowdsourcing.ru/article/what_is_the_crowdfunding
6. Егоров С.В., Захарова С.А. Краудсорсинг в науке // Социологический альманах / Институт социологии НАН Беларуси. 2015. С. 311–322.
7. Lakhani K.R., Jeppesen L.B., Lohse P.A., Panetta J.A. The Value of Openness in Scientific Problem Solving // Power. 2013.
8. Winchester S. The Professor and the Madman: A Tale of Murder, Insanity, and the Making of the Oxford English Dictionary. Harper Collins USA, 1998.
9. Акаев Д.В. Использование краудсорсинговых интернет-проектов в социально-политических процессах // Вестник Поволжской академии государственной службы. 2013. № 4. С. 56–60.
10. Акаев Д.В. Социально-политическая активность участников интернет-сообществ // Среднерусский вестник общественных наук. 2014. № 4. С. 45–48.
11. Макович Г.В. Перспективы использования социальной активности населения: потенциал краудсорсинговых проектов // Вестник Поволжской академии государственной службы. 2016. № 2. С. 82–88.
12. Бауман З. Способны ли Facebook и Twitter помочь распространению демократии и прав человека? // Русский журнал. URL: <http://russ.ru/Mirovaya-povestka/Sposobny-li-Facebook-i-Twitter-pomoch-rasprostraneniyu-demokratii-i-prav-cheloveka>.
13. Morozov E. The Net Delusion: The Dark Side of Internet Freedom. N.Y., 2012.
14. Психология толп. М., 1998.