

**МАРИЯ ОЛЕГОВНА ДУШИНА**

студент-магистр Санкт-Петербургского государственного университета  
факультета политологии,  
научный сотрудник СПбФ ИИЕТ РАН,  
e-mail: marydushina@mail.ru

**Методы сетевой коммуникации в дигитальном обществе:  
бенчмаркинг, краудсорсинг, краудфандинг**

Распространение глобальной сети Интернет привело к существенным изменениям в общественной жизни, которые отражаются в новых формах взаимодействия между индивидами. Основанные на сетевом принципе, эти формы ведут к повышению адаптивной способности и эффективности организаций частного и публичного сектора. Среди таких форм особое внимание уделяется бенчмаркингу, краудсорсингу и краудфандингу. Эти и другие технологии сетевой коммуникации выступают в качестве основы для перехода к более совершенным способам публичного управления в рамках новообразованного дигитального пространства.

**Ключевые слова:** дигитальное управление, технологии сетевой коммуникации, краудсорсинг, краудфандинг, бенчмаркинг.

Сетевое взаимодействие возникло значительно раньше, чем появился глобальный Интернет, связавший в он-лайн режиме различные части земного шара. Коммуникация по сетевому принципу, как об этом пишет Бруно Латур (Latour, URL: <http://www.bruno-latour.fr/sites/default/files/121-CASTELLS-GB.pdf>), сделала возможной многие научные открытия, к примеру, «Philosophiae Naturalis Principia Mathematica» Ньютона была написана на основе информации, аккумулированной в лаборатории ученого из различных мозговых центров того времени. Латур рассматривает Ньютона, как центр глобальной исследовательской паутины, тем самым сравнивая его с узлом (узлом) сетевой архитектуры. Приводя пример сетевого взаимодействия эпохи Ньютона, Латур наводит на мысль о том, что сети могли выстраиваться еще до появления новых цифровых средств и Интернета. Однако понятие глобального сетевого общества связано именно с распространением электронного общения в конце XX — начале XXI века.

М. Кастельс один из первых обозначил серьезный сдвиг в общественном развитии, обусловленный революцией информационных технологий. Технологический прорыв, согласно М. Кастельсу, обеспечил «материальную основу для всестороннего проникновения сетевой формы в структуру общества» (Кастельс, 1999). Новый «способ развития» — «информационный» — поставил новые задачи перед обществом, если «при индустриальном способе главный источник производительности заключается во введении новых энергетических источников ..., то в информационном способе источник производительности заключается в технологиях генерирования знаний, обработке информации и символической коммуникации» (Кастельс, URL: [http://www.gumer.info/bibliotek\\_Buks/Polit/kastel/index.php](http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Polit/kastel/index.php)). Технологическая мощь стала фундаментальным основанием не только экономической развитости, но и власти — «возникновение сетевого общества не может быть понято без взаимодействия между... развитием новых информационных технологий

и попыткой старого общества перевооружиться, используя власть технологии на службе технологии власти» (Кастельс, URL: [http://www.gumer.info/bibliotek\\_Buks/Polit/kastel/index.php](http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Polit/kastel/index.php)). Современные технологии коммуникации поставили многочисленные вопросы перед обществом: от возможности он-лайн сервиса до глобальных идей об электронной демократии (Waksberg-Guerrini, <http://www.informatik.uni-trier.de/~ley/pers/hd/w/Waksberg=Guerrini:Ana>) и дигитальном управлении (Dunleavy, Margetts, Bastow, Tinkler, 2005: 467–494). Новый публичный менеджмент (далее НПМ), идеологией которого была пропитана система управления в развитых странах Запада последних десятилетий, постепенно требует инноваций, несмотря на то, что практики управления, такие как децентрализация крупных фирм и государственных структур, создание конкурентной рыночной среды, внедрение параметров для оценки эффективности и результативности, ориентация на клиентов-потребителей (Anheier, Toepler. *International Encyclopedia of Civil Society*: 1091–1095), имели позитивный эффект. Реформы, навеянные НПМ, принесли также негативные последствия — усложнение институциональной структуры как частного, так и государственного секторов, а вследствие этого усложнение самого политического процесса, грозящее потерей управляемости, неспособность адекватно и быстро реагировать на изменения в окружающей среде (Rhodes, 1997: 46–60).

Новые сетевые технологии дигитального управления [digital-era governance, DEG (Dunleavy, Margetts, Bastow, Tinkler, 2005: 467–494)] направлены, прежде всего, на снижение сложности политического процесса. П. Данливи и др. выделяют три траектории изменений, необходимых для дигитального управления: реинтеграция (создание такого институционального дизайна корпораций и государственных структур, который позволит различным элементам находиться в зависимости друг от друга и эффективно обмениваться информацией, но не приведет к централизации системы); ориентированный на реальные нужды холизм (создание более крупных административных блоков, отказ от ненужных операций, затрат, форм взаимодействия, переход на более гибкую систему управления, которое будет способно быстрее отвечать на вызовы окружающей среды); «дигитизация» (полный переход к цифровому взаимодействию вместо административных и бюрократических процедур) (Dunleavy, Margetts, Bastow, Tinkler, 2005: 467–494). В основе происходящих и планируемых перемен поставлено как само развитие информационно-коммуникационных технологий, так и различные методы их эффективного применения, которые позволят выйти на новый уровень взаимодействия государства и общества в решении социально-экономических проблем. Автор предлагает сфокусироваться на трех наиболее распространенных методах сетевой коммуникации: бенчмаркинге, краудсорсинге и краудфандинге.

## Бенчмаркинг

Широкое применение метода «бенчмаркинг» (от англ. “benchmark” — критерий, стандарт) связано как с появлением новых коммуникационных технологий, так и с популяризацией концепции нового публичного менеджмента. Впервые метод был применен еще в 1972 году в США в консалтинговой компании PIMS. Исследователи аналитического отдела компании пришли к выводу о том, что опыт

других компаний, работающих в схожих условиях, может быть использован для повышения эффективности и результативности собственной компании. Уже в 1979 году компания Хегох осуществила первый проект по бенчмаркингу.

Распространение метода в политическом управлении связано с идеей маркизации публичного сектора: «Правительства делали попытки усиления конкуренции за счет внедрения рыночных механизмов и обеспечения большего спектра услуг для своих клиентов... Организации публичного сектора были вынуждены работать более эффективно ввиду введения конкурентных тендеров и тестирований. В нерыночных секторах были введены формы нерыночной конкуренции посредством наград за качество и механизмов бенчмаркинга» (Anheier, Toepler, 1091–1095). Бенчмаркинг, согласно Н. Джексону и Х. Лунд, это «...прежде всего процесс обучения, структурированный таким образом, чтобы те, кто в него вовлечен, могли сравнивать качество услуг/проводимых мероприятий/продукции с целью определения сравнительных преимуществ и недостатков в целях самосовершенствования и (или) саморегулирования» (Jackson, Lund, 2000). Как отмечают С. Гарлик и Г. Приор, «метод бенчмаркинга обеспечивает более совершенную оценку качества и эффективности деятельности организации» (Garlick, Pryor, 2004). Указанная методика основана на непрерывном обучении, сотрудничестве и процессах управления, которые постоянно совершенствуются. Европейский круглый стол промышленников (далее ЕКС) совместно с Европейской комиссией в докладе 1996 года «Бенчмаркинг для политических деятелей» (Holman, 2004: 714–735) рассматривают бенчмаркинг как «...простой, гибкий и динамичный процесс. Он направлен на то, чтобы мотивировать компании и правительства сравнивать их результативность и достигать лучших результатов». Основное достижение бенчмаркинга, согласно ЕКС, заключается в том, что он не просто указывает на необходимость работать лучше, но также выявляет пути и решения, которым необходимо следовать для более эффективной работы. В этом смысле бенчмаркинг непрерывен, требует постоянного информационного обмена, мониторинга, интенсивной работы, направленной на повышение адаптивных способностей любого типа организации. В связи с этим, бенчмаркинг с начала нового века стал неотъемлемой технологией государственного управления, особенно в Северной Европе, Северной Америке, Австралии и Новой Зеландии (Askim, Johnsen, Chrisphersen: 297–320). Можно выделить ряд специфических черт, характерных для метода: ценность обучения на примерах, лежащих вне обычной «системы координат» организации; осуществление обучения структурированным, формализованным образом; постоянное сравнение практики организации с лучшими образцами; использование полученной информации в деятельности организации (Иванова, Клесова, Линдхольм, Лукши, 2006). Бенчмаркинг используется как вертикально (при мониторинге производительности деятельности различных агентов — от местных властей до центрального правительства, частных поставщиков услуг), так и горизонтально, когда организации добровольно включаются в систематические исследовательские мероприятия. В качестве примера горизонтального бенчмаркинга наиболее часто отмечается организационное обучение. Цель такого обучения — совершенствование за счет постоянных изменений (методика активно применяется на муниципальном уровне власти в Норвегии) (Askim, Johnsen, Chrisphersen: 297–320). Помимо этого, выделяют внутренний (в рамках одной организации) и конкурентный (сравнение с прямыми конкурентами), отраслевой (к примеру, муниципальный

или региональный) и глобальный бенчмаркинг, также бенчмаркинг процессов и результатов, стратегический и функциональный, направленный на конкуренцию и на сотрудничество (Иванова, Клесова, Линдхольм, Лукши, 2006) и т. д. Технологии повышения конкурентоспособности, в число которых входит бенчмаркинг, как отмечает П. Триантафилу (Triantafillou, 2004: 489–508), обладают способностью создавать проблемно-ориентированные сети: «...мы являемся свидетелями разнообразных техник бенчмаркинга, самооценивания и рейтингования, которые мотивируют организации функционировать эффективнее, в соответствии с имеющимися более или менее стабильными показателями эффективности. Организации постоянно вынуждены заниматься мониторингом и оценкой, тем самым выстраивая проблемно-ориентированную сеть в своих областях деятельности для обмена информацией и опытом. Они также устанавливают в рамках этих сетей определенные коды поведения, таким образом, делая сеть более плотной». Еще один положительный эффект, который приносит использование бенчмаркинга, прежде всего, в сфере государственного управления — открытость и прозрачность информации. Без доступа к внутренним информационным ресурсам невозможно проведение адекватной сравнительной оценки эффективности услуг/продукции/деятельности. Поэтому бенчмаркинг часто используется для оценки качества электронной демократии в развитых странах Запада, где за единицу сравнения сможет быть взята, к примеру, доступность электронных услуг для населения, оснащенность сайтов, и т. д. Идеальным с точки зрения бенчмаркинга, является такое положение, при котором сайт агентства и само агентство представляют собой одно и то же.

Несмотря на большое количество позитивных сторон и высокую применимость, бенчмаркинг имеет один существенный недостаток — он не способен оценивать уникальность ситуации, в которой находится каждая организация частного или публичного сектора (Dominique, Malik, Remoquillo-Jenni, 2013: 504–513). Позитивный опыт, полученный в ходе сравнения, не универсален, чтобы применять его во всех схожих направлениях развития. Иногда возможность отказа от использования опыта других компаний и агентств или позиция статус-кво после проведения бенчмаркинга — наиболее оптимальное решение для организации.

## Краудсорсинг

Краудсорсинг, так же как и бенчмаркинг, предполагает выход за пределы внутренней среды организации в поисках креативного потенциала для решения задач, поставленных перед компанией или иной частной или государственной структурой. Появление краудсорсинга, как метода сетевого взаимодействия, связано напрямую с развитием интернет-коммуникации. Примеры использования краудсорсинга свидетельствуют в пользу того, как Интернет, в качестве средства мгновенной коммуникации, позволяет организациям частного и публичного сектора наращивать инновационный и мобилизационный потенциал.

Термин «краудсорсинг» (от англ. “crowd” — толпа, “source” — происхождение) был впервые использован Джеффом Хоувом (Jeff Howe) в 2006 году в журнале “Wired” (Howe, 2006: 1–4) для обозначения нового способа аутсорсинга — передачи выполнения задания «толпе», конкретнее, наиболее талантливой публике (Latour,

URL: <http://www.bruno-latour.fr/sites/default/files/121-CASTELLS-GB.pdf>). Хоув следующим образом описывает рассматриваемый метод: «Краудсорсинг является актом компании или учреждения по передаче некоторой функции, ранее выполнявшейся своими сотрудниками, внешнему исполнителю, являющемуся неопределенным (и обычно весьма многочисленным) множеством людей в сети, в форме открытого призыва... Важной предпосылкой является использование формата открытого обращения к обширной сети потенциальных исполнителей» (Unterberg, 2010: 121–135).

Существует два типа краудсорсинга: краудсорсинг, основанный на состязательности (tournament-based) и на сотрудничестве (collaboration-based) (Leimeister, Crowdsourcing, 2010: 388–392). Эти типы объединяет предположение о том, что групповой разум (wisdom of crowds) способен приносить больший положительный эффект, чем разум отдельно взятого индивида (Leimeister // Business & Information Systems Engineering, 2010: 245–248). В этом смысле краудсорсинг обладает большим инновационным потенциалом, а также способен формировать сети взаимодействия между людьми. Помимо уже отмеченной классификации краудсорсинга, принято делить его на три специфических направления: «краудкриэйшн» (crowdcreation), «краудвотинг» (crowdvoting), и «краудфандинг» (crowdfunding) (Leimeister, Crowdsourcing, 2010: 388–392). Краудкриэйшн нацелен на представление идей, решений, концепций, дизайн-проектов. Краудвотинг больше связан с политическим управлением — опрос общественного мнения, голосование, оценивание законопроектов. Краудфандинг — это способ коллективного финансирования мероприятий и проектов через сеть Интернет.

Краудсорсинг был впервые успешно применен в одной из фирм фармацевтической промышленности Eli Lilly, которая столкнулась со сложностями при разработке продукта. Несмотря на высокую квалификацию и достаточное число сотрудников, компания была не в состоянии предложить эффективное решение проблемы. В итоге фирма привлекла внешних экспертов за денежное вознаграждение. Исследователи, мотивированные как самим фактом предложения решения, которым воспользуется известная корпорация, так и материальным вознаграждением, на конкурсной основе предлагали свои идеи. В результате компания получила решение проблемы по сравнительно невысокой цене в короткий срок (Albors, Ramos, Hervas, 2008: 194–202). Сразу после удачного использования коллективного интеллекта через краудкриэйшн, компания создает собственное экспериментальное предприятие InnoCentive (Кастельс, 1999), в котором сети экспертов предлагают так называемые «открытые инновации» для крупнейших бизнес-корпораций. Один из наиболее ярких примеров краудсорсинга сегодня — это Wikipedia, в качестве свободной онлайн-энциклопедии она насчитывает более 19,5 миллионов авторов-создателей (Wikipedia. Wikipedians. URL: <http://en.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:Wikipedians>).

Краудсорсинг применим и в сфере государственного управления. В качестве примера можно рассмотреть процесс написания новой Конституции Исландии. Протесты 2009 года, навеянные экономическим кризисом, привели к смене правительства в стране, а также созданию Национального форума, который принял решение о созыве Конституционной ассамблеи. В Ассамблее было представлено 1500 человек от всего населения Исландии, из них двадцати пяти было поручено рассмотрение поправок и предложений, поступивших со стороны населения к проекту Конституции. На сайте Конституционного совета (<http://stjornlagarad.is/>) появился первый черновой проект Конституции, созданной путем краудсорсинга.

Затем Совет создал для населения возможность доступа к ресурсу через страницу в Facebook (URL: <https://www.facebook.com/Stjornlagarad>), а также через Twitter, YouTube и Flickr, где все изменения отражались через ленту новостного контента. Новый интернет-проект Конституции оказался небезуспешным и был одобрен на референдуме 2012 года населением страны. Исландия, впервые применившая краудсорсинг (а именно краудвотинг) в ходе процесса высшего законотворчества, получила неформальный статус демократии 2.0 [по названию информационной системы Web 2.0 (Reddick, Aikins, 2012: 1–7), обеспечивающий работу большинства свободных коммуникационных порталов в Интернете]. Однако новая Конституция пока не вступила в действие, так как пришедшие в ходе выборов в апреле 2013 года прогрессисты фактически оставили проект без внимания, занявшись реформой банковского сектора.

Тем не менее нельзя не отметить роль краудсорсинга в повышении интереса граждан к политике и развитию инновационного потенциала в сфере публичного управления. Использование новых технологических возможностей, как отмечают Реддик и Айкинс, позволяет обеспечивать, во-первых, демократическое участие, во-вторых, «сопродуцирование» (co-production) или совместное создание какого-либо продукта или услуги и, в-третьих, краудсорсинговые решения (Reddick, Aikins, 2012: 1–7). Рассмотренные выше два типа краудсорсинга (краудкриэйшн и краудвотинг) вместе с методом бенчмаркинга представляют новые технологии сетевого взаимодействия в современном обществе, нацеленные на повышение эффективности и прозрачности публичного управления. Эти технологии способны формировать сети взаимодействия между людьми, объединенными общим интересом, повышать конкуренцию, адаптивную способность, инновационный потенциал организаций.

## Краудфандинг

Краудфандинг как разновидность краудсорсинга, основанная на финансировании проектов «толпой» посредством электронных ресурсов, приобрел популярность в последние несколько лет. Однако идея, которая лежит в основе метода, использовалась и раньше. Статуя Свободы в Нью-Йорке была возведена, в том числе, за счет средств, собранных по инициативе редактора “Brooklyn Sunday Press” Джозефа Пулитцера, который на страницах своей газеты публично призвал профинансировать строительство статуи, обещая напечатать имена всех вкладчиков. В итоге 120 000 человек инвестировало 102 000 долларов США (Leimeister, Crowdsourcing, 2010: 388–392).

Особая актуальность краудфандинга на сегодняшний день заключается в недостатке финансовых средств как в частном, так и в публичном секторах, что отчасти вызвано обострением мировой экономической ситуации 2008 года и последующей нестабильностью. Механизм краудфандинга довольно прост: компании собирают средства через интернет-платформы, на которых частные инвесторы посредством электронной регистрации и электронных финансовых ресурсов (Ichay, Teillauchet, URL: <http://www.ichay-mullenex.com/download/the-crowdfunding-a-new-method-of-financing.pdf>) (к примеру, Яндекс.Деньги, WebMoney, Qiwi-кошелек, а также электронные терминалы оплаты финансовых услуг и др.) осуществляют платежи. Такой способ финансирования проектов выступает в качестве яркого примера

использования прозрачных схем управления финансовыми средствами в сети Интернет. Прозрачность и оперативность финансовых процедур зачастую привлекает не только отдельных граждан, но и целые компании. Не менее важной с точки зрения мотивации является осознание причастности к проекту, к общему делу, ощущение себя способным давать развитие какой-либо новой и ценной идее. Интернет-платежи, как правило, не облагаются высокими налогами, за исключением комиссии (Ichay, Teillauchet, URL: <http://www.ichay-mullenex.com/download/the-crowdfunding-a-new-method-of-financing.pdf>). В США в марте 2012 года при активном участии лоббистов, был принят законопроект “Jumpstart Our Business Startup Act” (New Crowdfunding Act helps small businesses find investors, URL: [http://www.huffingtonpost.com/2012/04/12/new-crowdfunding-law-help\\_n\\_1420708.html](http://www.huffingtonpost.com/2012/04/12/new-crowdfunding-law-help_n_1420708.html)), который направлен на оптимизацию государственного регулирования в сфере краудфандинга и на снижение различного рода побочных затрат.

Краудфандинг также имеет несколько направлений: “crowdsponsoring”, “crowd-investing”, “crowdlending”, “crowddonating/laising” (Leimeister, Crowdsourcing, 2010: 388–392). Первый тип предполагает коллективное спонсорство каких-либо проектов (не обязательно выражается в денежном эквиваленте, иногда продвижение услуг, привлечение волонтеров и т. д.). Второй тип нацелен на стартаповое финансирование фирмы с последующим участием в прибыли (используется, к примеру, при частно-государственном партнерстве). Третий тип подразумевает возврат средств, однако средства вкладываются в проект без учета процентов, в этом заключается социальная направленность данного вида краудфандинга. Последний тип — чистые социальные инвестиции, не требуют отдачи, абсолютно безвозмездное вложение средств.

Среди примеров коллективного финансирования можно выделить ассоциацию Wikimedia и проект Wikipedia, который был подготовлен на основе деятельности ассоциации. Помимо коллективного создания информационных баз, проект также коллективно финансировался. Публичные призывы к финансированию публикуются прямо на сайте энциклопедии. Еще один пример — музыкальная платформа “SellaBand” (Unterberg, 2010: 121–135), где посетители интернет-портала могут переводить деньги понравившемуся исполнителю и группе.

Краудфандинг подходит и для воплощения политических целей. Так, для избирательной компании Барака Обамы 2008 года за счет механизма коллективного финансирования через Интернет было получено порядка трех четвертей миллиарда долларов США (Karpel, 2009: 375–385). Краудфандинговая сеть существует и в Европейском Союзе. Она официально зарегистрирована в Брюсселе в 2012 году как некоммерческая организация (URL: <http://europescrowdfunding.org/>). Сеть преследует экономические (финансирование исследований, финансирование рабочих мест), социальные (защита окружающей среды, финансирование культурных мероприятий) и политические цели (участие на правах некоммерческой организации в различных совещательных органах, в том числе в Европейской комиссии — в проектах, направленных на повышение прозрачности управления). Краудсорсинг используется также на уровне отдельных городов. Так, в английском городе Бристоль (Head to head: Is crowdfunding the way forward for councils? URL: <http://www.theguardian.com/local-government-network/2013/may/29/crowdfunding-way-forward-for-councils>) краудсорсинг будет использован для финансирования социальной сферы через инновационную деятельность. Интернет-донорам предлагается самостоятельно

профинансировать проекты инновационного развития города. Тем самым власти, предложившие эту идею совместно с бизнес-организациями, облегчают молодым исследователям путь для воплощения своих идей в жизнь, который зачастую осложнен массой бюрократических процедур.

Итак, преимущества краудфандинга нельзя недооценить: это прозрачность и демократичность самой процедуры финансирования, сокращение времени, которое обычно затрачивается на сопутствующую документацию, помощь в развитии малого бизнеса, поддержка молодых ученых, талантливых людей, экономия бюджетных средств, создание сетевых механизмов взаимодействия, которые могут повысить уровень доверия в обществе, и более глобально — переход к большей прозрачности и демократичности управления финансами и крупными проектами посредством новых интернет-технологий.

### **От дигитального к реальному: перспективы становления сетевой демократии**

Дигитальная демократия, в которой информационные технологии предполагаются в качестве средства управления и коммуникации, на сегодня не данность, а скорее цель, к которой стремятся многие, прежде всего развитые, страны. Говорить о достижении этой цели еще рано, так как традиционные и рыночные средства управления, наряду с новыми сетевыми способами, по-прежнему обладают существенным весом.

Однако невозможно не замечать преимущества новых сетевых форм. Так, рассмотренные выше методы сетевого взаимодействия во многом способствуют повышению открытости и прозрачности управления, включению населения в процесс решения важных социальных проблем, выработке практики соуправления публичным процессом и соучастия в общественной жизни, которые столь важны для демократического развития за пределами глобальной сети. Само по себе сетевое строительство способствует формированию у населения чувства сопричастности к общему делу и ответственности за производимые продукты и услуги, принимаемые решения. Технологии бенчмаркинга, краудсорсинга, краудфандинга позволяют развивать инновационный потенциал организаций частного и публичного сектора, тем самым делая их работу более эффективной. Сетевые технологии нашли свое место в пространстве между иерархическими моделями управления (которые были характерны для традиционной бюрократической модели) и рынком (который выступает в качестве основного звена в концепции нового публичного менеджмента). Если иерархия и рынок уже показали свою несостоятельность в качестве способов управления, то сетевая модель еще только набирает развитие, возможно, именно она будет способна адекватно реагировать на вызовы окружающей среды и сделает управление более гибким и прозрачным, публичным и эффективным. Однако сетевые методы таят в себе потенциальную угрозу, так как они способны мобилизовать как человеческие ресурсы, так и финансовые средства в короткий срок. Поэтому сетевое управление должно предполагать контроль. Вопрос в том, насколько потенциальная необходимость в контроле сужает поле демократического развития в web-сети и насколько демократия в мире дигитальном способна стать реальной демократией.



## Литература

*Иванова В., Клесова С., Линдхольм П., Лушкии О.* Бенчмаркинг: поиск примеров эффективной маркетинговой практики инновационных релей-центров, центр исследования проблем развития науки РАН, М., 2006. [*Ivanova V., Klesova S., Lindkhol'm P., Lukshi O.* Benchmarking: poisk primerov effektivnoy marketingovoy praktiki innovatsionnykh reley-tsentrov, tsentr issledovaniya problem razvitiya nauki RAN, M., 2006].

*Кастельс М.* Становление общества сетевых структур // Новая постиндустриальная волна на Западе. Антология / под ред. В. Л. Иноземцева. М.: Academia, 1999. [*Kastel's M.* Stanovleniye obshchestva setevykh struktur // Novaya postindustrial'naya volna na Zapade. Antologiya / pod red. V. L. Inozemtseva. M.: Academia, 1999].

*Бейкер Д.* Инновация модели бизнеса через «краудсорсинг» с использованием социальных сетевых платформ. Пенсильванский ун-т, Филадельфия, США. URL: <http://www.lib.tsu.ru/mminfo/2011/000393746/06/image/06-087.pdf>. [*Beyker D.* Innovatsiya modeli biznesa cherez «kraudsorsing» s ispol'zovaniyem sotsial'nykh setevykh platform. Pensil'vanskiy un-t, Filadel'fiya, SSHA].

*Кастельс М.* Информационная эпоха: экономика, общество и культура. URL: [http://www.gumer.info/bibliotek\\_Buks/Polit/kastel/index.php](http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Polit/kastel/index.php). [*Kastel's M.* Informatsionnaya epokha: ekonomika, obshchestvo i kul'tura].

*Albors J., Ramos J. C., Hervas J. L.* New learning network paradigms: Communities of objectives, crowdsourcing, wikis and open source // International Journal of Information Management. 2008. Vol. 28. P. 194–202.

*Anheier H., Toepler S.* International Encyclopedia of Civil Society // Springer Science and Business Media. New York, USA. P. 1091–1095.

*Askim J., Johnsen A., Christophersen K.-A.* Factors behind organizational learning from benchmarking: Experiences from Norwegian Municipal Benchmarking Networks // JPART. Vol. 18. P. 297–320.

*Dominique K. C., Malik A. A., Remoquillo-Jenni V.* International Benchmarking: politics and policy // Science and Public Policy. 2013. Vol. 40. P. 504–513.

*Dunleavy P., Margetts H., Bastow S., Tinkler j.* New Public Management is dead — long life digital-era governance // JPART 16. Oxford University Press, September. 2005. P. 467–494.

*Garlick S., Pryor G.* Benchmarking the University: Learning about Improvement // Australian Government, Department of Education, Science and Training. 2004.

*Holman O.* Asymmetrical regulation and multidimensional governance in the European Union // Review of International Political Economy. 2004. Vol. 11, Issue 4. October. P. 714–735.

*Howe J.* The Rise of Crowdsourcing // Wired Magazine. Vol. 14. Issue 6. 2006. P. 1–4.

*Jackson N., Lund H.* Benchmarking for Higher Education // The Society for Research into Higher Education and Open University Press. Buckingham, 2000.

*Kappel T.* Crowdfunding and the Recording Industry: A Model for the U.S. // Loyola of Los Angeles Entertainment Law Review. 2009. Vol. 29. Issue 3. P. 375–385.

*Leimeister J. M.* Collective Intelligence // Business & Information Systems Engineering. 2010. Vol. 4. Issue 2. P. 245–248.

*Leimeister J. M.* Crowdsourcing. Crowdfunding, Crowdvoting, Crowdcreation // Robert Risse. Steuercontrolling und reporting. Konzernsteuerquote und deren Bedeutung fuer das Steuermanagement. Deutschland, Springer Gabler, 2010. S. 388–392.

*Reddick C. G., Aikins S. K.* Web 2.0 Technologies and Democratic Governance // Public Administration and Information Technologies. 2012. Vol. 1. Springer Science and Business Media. New York. P. 1–7.

*Rhodes R.* The new governance: governing without government // Understanding Governance. Policy Network, Governance, Reflexivity and Accountability / ed. by R. Rhodes. Buckingham, Philadelphia: Open University Press, 1997. P. 46–60.

*Triantafillou P.* Addressing Network governance through the concepts of governmentality and normalization // Administrative Theory and Praxis. 2004. Vol. 26. Issue 4. P. 489–508.

*Unterberg U.* Crowdsourcing // Social Media Handbuch: Theorien, Methoden, Modelle / D. Michelis, T. Schildhauer (Hrsg.). Baden-Baden. 2010. P. 121–135.

*Howe J.* Crowdsourcing: A Definition. Blog. Crowdsourcing. June 2, 2006. [http://crowdsourcing.typepad.com/cs/2006/06/crowdsourcing\\_a.html](http://crowdsourcing.typepad.com/cs/2006/06/crowdsourcing_a.html).

*Ichay F., Teillauchet P.-A.* The crowdfunding: a new method of financing. URL: <http://www.ichay-mullenex.com/download/the-crowdfunding-a-new-method-of-financing.pdf>.

*Latour B.* Networks, Societies, Spheres: Reflections of an Actor-network Theorist. Keynote speech for the International seminar on network theory: network multidimensionality in the digital age, 19 February 2010, Annenberg School for Communication and Journalism, Los Angeles. URL: <http://www.bruno-latour.fr/sites/default/files/121-CASTELLS-GB.pdf>.

*Robson C.* Using Mobile Technology and Social Networking to Crowdfund Citizen Science. Technical Report No. UCB/EECS-2012-195, September 11, 2012. URL: <http://www.eecs.berkeley.edu/Pubs/TechRpts/2012/EECS-2012-195.html>.

*Waksberg-Guerrini A., Aibar Ed.* Towards a network government? A critical analysis of current assessment methods for e-Government. URL: <http://www.informatik.uni-trier.de/~ley/pers/hd/w/Waksberg=Guerrini:Ana>.

Head to head: Is crowdfunding the way forward for councils? URL: <http://www.theguardian.com/local-government-network/2013/may/29/crowdfunding-way-forward-for-councils>.

New Crowdfunding Act helps small businesses find investors. URL: [http://www.huffingtonpost.com/2012/04/12/new-crowdfunding-law-help\\_n\\_1420708.html](http://www.huffingtonpost.com/2012/04/12/new-crowdfunding-law-help_n_1420708.html).

Wikipedia. Wikipedians. URL: <http://en.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:Wikipedians>, 17.08.2013.

## **Methods of network communication in digital society: benchmarking, crowdsourcing, crowdfunding**

*MARIA O. DUSHINA*

master student of Saint-Petersburg state university, faculty of political science  
research fellow of Saint-Petersburg Branch of Institute for the History of Science and Technology  
e-mail: [marydushina@mail.ru](mailto:marydushina@mail.ru)

The dissemination of the global Internet has led to significant changes in social life, which are reflected in the new forms of interaction between individuals. Based on the networking principle, these forms are able to increase adaptive capacity and efficiency of private and public sector. Among such forms particular attention can be paid to benchmarking, crowdsourcing and crowdfunding. These and other network communication technologies serve as the basis for the transition to more advanced methods of public governance in the framework of the newly formed digital space.

**Keywords:** digital governance, network communication technologies, crowdsourcing, crowdfunding, benchmarking.