



Ю.Ф. Никитина

**Технология краудсорсинга как  
элемент социальной инфраструктуры  
цифрового общества**

***Рекомендуемая форма библиографической ссылки***

Никитина Ю.Ф. Технология краудсорсинга как элемент социальной инфраструктуры цифрового общества // Проектирование будущего. Проблемы цифровой реальности: труды 3-й Международной конференции (6-7 февраля 2020 г., Москва). — М.: ИПМ им. М.В.Келдыша, 2020. — С. 252-259. — <https://keldysh.ru/future/2020/23.pdf>  
<https://doi.org/10.20948/future-2020-23>

# Технология краудсорсинга как элемент социальной инфраструктуры цифрового общества

Ю.Ф. Никитина

*Государственное научное учреждение «Институт философии  
Национальной академии наук Беларуси»*

**Аннотация.** Цифровые технологии, как инструментальная составляющая социальной инфраструктуры, трансформируя устоявшиеся практики поведения, создали эмпирическую базу для переосмысления социальной функции толпы, как коллективного субъекта. В работе осуществляется анализ технологии краудсорсинга, которая умело пользуется глубинной социальной природой человека, его потребностью во взаимодействии с себе подобными, избытком невостребованного таланта и творческого потенциала, обеспечивая сотрудничество между людьми самых разных регионов мира, консолидируя интернет-пользователей с целью их привлечения к социальному конструированию.

**Ключевые слова:** краудсорсинг, массы, просьюмеризм, общество потребления

## Technology of crowdsourcing as an element of the social infrastructure of a digital society

Y.F. Nikitsina

*State Scientific Institution «Institute of Philosophy  
of the National Academy of Sciences of Belarus»*

**Abstract.** Digital technologies, as an instrumental component of social infrastructure, transforming established practices of behavior, have created an empirical basis for rethinking the social function of the crowd as a collective subject. The paper analyzes crowdsourcing technology, which skillfully takes advantage of the deep social nature of man, his need for interacting with his own kind, an excess of unclaimed talent and creative potential, ensuring cooperation between people from different regions of the world, consolidating Internet users in order to attract them to social construction

**Keywords:** crowdsourcing, mass, prosumerism, mass society

Массированное внедрение компьютерных технологий в различные сферы жизнедеятельности формирует основу современной глобальной инфраструктуры, обуславливающей становление качественно новой, сетевой, цивилизации. Системы аппаратного и программного обеспечения создают цифровую среду, трансформирующую устоявшиеся, в первую очередь, экономические и социокультурные практики. Несмотря на сохраняющееся в мире неравенство доступа к цифровым технологиям, цифровизация, тем не менее, является современным технико-технологическим трендом, предоставляющим возможность широкого доступа масс к материалу, подвергнутому числовому кодированию. Распространение средств, обеспечивающих их пользователям выход в Интернет, позволяет любому желающему ознакомиться с находящимися в открытом доступе данными. Это обусловило зарождение инициативы, видящей в потенциале сети Интернет возможность расширения ее просветительно-образовательной функции вплоть до создания новых форм организации образовательного процесса. Одна из них – массовые открытые онлайн-курсы. На волне энтузиазма прогнозируемых преимуществ подобной формы обучения (возможность организации качественного контента от лучших преподавателей ведущих вузов, его доступность любому желающему, снижение аудиторной нагрузки на преподавателей и возможность обучающихся самостоятельно выстраивать процесс обучения в соответствии с удобным для них графиком) общество всколыхнула череда статей в СМИ о грядущей смерти традиционных институализированных форм получения образования, прежде всего, высшего. Однако, буквально спустя пять лет, разработчики онлайн-курсов стали отмечать наметившийся кризис в данной сфере. Результаты исследований демонстрируют преждевременность обозначенных выше прогнозов в условиях нынешнего уровня развития массовых открытых онлайн-курсов, тем не менее, отмечается их эффективность на правах дополнительного инструмента обучения [1].

В результате, цифровые технологии, как инструментальная составляющая социальной инфраструктуры, определяющая современный тип информационного поведения (термин, введенный автором теории цифровой культуры Л. Мановичем для описания специфического способа получения доступа к информации и ее обработки, реализующегося в рамках конкретной культуры [2:21]), подкрепленные парадигмой непрерывного образования и индустрией саморазвития, обуславливают достаточно высокий уровень образованности и просвещенности широких масс.

Медийная технология пользовательского контента web-2.0 эксплицитировала конструктивную роль масс, девальвируя их прежние негативные коннотации как хаотичной, слабоуправляемой, «слепой», иррациональной, подверженной инстинктам толпы, склонной к

деструктивным действиям. В данной статье мы употребляем понятия «масса» и «толпа» как синонимичные. Консолидирующее социальное поведение масс в цифровой среде, самоорганизация в сообщества для сотрудничества, способность к рациональному сетевому взаимодействию, во-первых, создало основания для переосмысления феномена толпы и массового общества. Во-вторых, обусловило конструирование такого нового понятия, как цифровая толпа. В-третьих, Интернет стал основным пространством просьюмеризма.

Феномен просьюмеризма (активное участие в процессе производства товаров и услуг самих потребителей) не является неким принципиально новым явлением. Как замечает американский футуролог Э. Тоффлер, который ввел в оборот данный термин, современное общество переживает «воскрешение» просьюмера, характерного для традиционных обществ с натуральным хозяйством, однако вытесненного промышленной революцией, с той лишь разницей, что современная элиминация границ между производителем и потребителем происходит в сфере компьютерных технологий [3]. Так, проведенное в 2005 г. проектом «Интернет и американская жизнь» (Pew Internet and American Life Project) исследование «Юные создатели и потребители контента» показало, что среди юных пользователей Internet больший процент тех, кто совмещает функции создания и потребления контента, нежели тех, кто ограничивается исключительно его потреблением [4:11]. Wiki-проекты, социальные медиа (Youtube, SoundCloud, iStockphoto, Wikipedia и т.п.), как классические примеры просьюмеризма, сформировавших новый сегмент сферы услуг, создали эмпирическую базу для переосмысления социальной функции толпы, как коллективного субъекта, традиционно считавшегося в социально-философском дискурсе проблематичным явлением, а также, так называемого одномерного, стандартизированного индивида общества потребления, как ее составляющей. Массовое общество времен развитого индустриализма, по мнению Ж. Бодрийяра, это пространственно разделенные индивиды, спаянные импульсами, идущими от средств массовой информации, но не откликающиеся на них, гасящие их внутри себя, а потому неэффективные с точки зрения социального конструирования [5:3]. Однако широкое распространение информационно-коммуникационных технологий нового поколения, располагающих возможностью интерактивности, эксплицировали готовность масс к взаимодействию, наличие у них оценочных суждений (пока мы опускаем вопрос качества и самостоятельности суждений) и желания самовыражения.

В специализации образовательной системы видели залог высокого уровня компетентности будущих специалистов, что, однако, сформировало водораздел между дипломированными специалистами и остальной частью населения, сопряженного с положением в иерархии социальной структуры

общества. Любое увлечение, вне зависимости от глубины знаний, приобретенного мастерства, не имеющее институализированного подтверждения, рассматривалось как хобби, любительство, дилетантизм. Пожалуй, в XX в. скепсис к любительству достиг своего пика, в то время как профессиональная подготовка стала выступать маркером высоких стандартов и значимости.

В нынешних условиях, когда, как было отмечено выше, получение образования рассматривается в качестве одной из ведущих ценностей, реализуемой системой всеобщего среднего образования, а в некоторых странах уже и высшее образование начинает приобретать характер всеобщности, дополненное инструментально-технической базой, обеспечивающей возможность любому желающему приобщиться к тому массиву информации, который наличествует в Интернете, прежний водораздел между профессионалами и любителями существенно сократился.

Ценовая доступность информационно-коммуникационных технологий для широких масс, возможность создания пользовательского контента, привели, как заключают эксперты, к оформлению новой субкультуры, которая способна развлекать сама себя, что обуславливает структурообразующие изменения культуры и экономики [4:12]. Возможность любого желающего оставить рецензию, отзыв на фильм, книги, концерты и т.п., тиражируемость, простота и скорость распространения данных в сети Интернет по сниженным транзакционным издержкам, до определенной степени нивелируют иерархический разрыв между специалистами и, так называемыми, дилетантами. Сторонники демократизации склонны видеть в этом кризис экспертократии, которая начинает тесниться любителями.

Долгое время было принято считать, что телевидение породило поколение, отличающееся индифферентностью и пассивностью. Но Интернет-технологии вывели внеурочные увлечения общественности в публичную сферу, свидетельствуя о многогранности и активности широких масс. Виртуальные сообщества энтузиастов-единомышленников становятся своего рода группой поддержки того или иного хобби. На сегодняшний день нет методологии, позволяющей четко количественно определить вклад любителей в экономику, но, как утверждают эксперты, однозначно он растет. Если мы обратимся к телевизионным шоу, то можем заметить рост числа передач, героями которых становятся любители, коммерческих сайтов для продажи Hand-made-продукции. Что касается последних, увеличение на рынке сегмента Hand-made-продукции во многом обусловлено обратными эффектами тенденции внедрения информационно-автоматизированных систем, провоцирующих массовые сокращения, высвобождение в резерв трудовых ресурсов, которые вопрос безработицы зачастую решают самозанятостью. В свое время любителями

был сделан большой вклад в развитие ботаники, энтузиазм и инициатива дилетантов, ведущих раскопки в поисках древних артефактов культуры, привели к развитию и последующей институционализации археологии.

Чарльз Лидбитер и Пол Миллер в книге «Революция профессиональных любителей: Как энтузиасты меняют нашу экономику и общество» («The Pro-Am Revolution: How Enthusiasts Are Changing Our Economy and Society») пишут о необходимости ввода в оборот нового понятия – «профессиональные любители» (pro-am), поскольку количество и качество любительских работ существенно возросло [6]. Это любители, работающие в соответствии с общепринятыми профессиональными стандартами, обладающие значимым культурным и социальным капиталом. «Профессиональные любители – компетентные, образованные, ответственные и связанные Сетью люди» [4:33] Области действия профессиональных любителей, как правило, те, что недостаточно организованы с точки зрения институционализации, представляют большую долю риска для корпораций и компаний, периферийны, не отвечают должному уровню научности.

Подобная установка делегирования полномочий решения вопросов массам из соображений, что количественный показатель определяет гарантию эффективности и качества решаемой проблемы – вызов многовековой традиции, исходившей из постулата доступности знания сущности немногим. Однако практический опыт продемонстрировал, что при общем уровне образованности масс, с условием правильной организации общественности, результативность их трудовой деятельности может оказаться выше корпоративной. Что позволило заключить: для любой работы подходит тот человек, который хочет ее выполнять, работает с удовольствием.

В сложившейся конъюнктуре произошло оформление технологии краудсорсинга. Данный термин впервые употребляется в статье Дж. Хау (Jeff Howe) в журнале Wired за 2006 г. Под краудсорсингом принято понимать инновационную информационно-коммуникационную технологию привлечения к решению тех или иных задач широкого круга лиц, координируемых через Интернет, для использования их творческих способностей, знаний и опыта по типу субподрядной работы на добровольных началах. В случае краудсорсинга оплата, как правило, не практикуется либо же она невелика.

Безусловно, действия масс в сети Интернет не всегда носят конструктивный, рациональный характер (троллинг, флейм, холивар и т.п.). Новые формы практик коммуникации, интеракции, социальной перцепции, порожденные цифровыми технологиями и разворачивающиеся в цифровой среде, обуславливают фундаментальные структурообразующие трансформации уже устоявшихся культурных практик, социальных институтов и отношений. Данная работа направлена

на осмысление технологии, обеспечивающей консолидацию интернет-пользователей в цифровой среде с целью их привлечения к социальному конструированию, одним из последующих эффектов которой является формирование социальной ответственности. Платформы, на базе которых реализуются краудсорсинговые проекты, становятся площадкой интеграции разрозненных идей в единое осмысленное целое, порождая синергетические эффекты.

Краудсорсинг бросает вызов концепции одномерного человека массового общества, отталкиваясь от установки, что интересы человека вне зависимости от его профессиональной принадлежности гораздо более разносторонние, потенциал, спектр способностей каждого из нас шире, нежели предлагаемые современной экономикой возможности для их реализации. К сожалению, после окончания университета не каждый располагает возможностью заниматься тем, чем желает. Как отмечает Дж. Хау в книге «Краудсорсинг: Коллективный разум как инструмент развития бизнеса», количество дипломов в области искусства из года в год остается стабильно высоким, тем не менее, после окончания университета, лишь небольшая доля их обладателей станет профессиональными живописцами и будет этим зарабатывать на жизнь. Как правило, экономические факторы оказываются определяющими в вопросе выбора трудовой деятельности, вынуждая отодвинуть на позиции хобби истинные увлечения. Технология краудсорсинга с помощью широко распространенных информационно-коммуникационных технологий, обеспечивающих их пользователям возможность выхода в Интернет, умело пользуется глубинной социальной природой человека, его потребностью во взаимодействии с себе подобными, избытком невостребованного таланта и творческого потенциала, обеспечивая сотрудничество между людьми самых разных регионов мира, тем самым способствуя глобализации труда, трансформируя структурные экономические связи. Так, например, компания iStockphoto подорвала прежний высокий статус и сбила цены крупных фотобанков, т.к. продавала фото существенно дешевле.

Несмотря на то, что на заре возникновения технологии краудсорсинга ведущие компании скептически отнеслись к ней, на сегодняшний день это признанный инструмент, механизм, в том числе взятый на вооружение в сфере бизнеса, экономическая эффективность которого доказана. Одна из причин, определяющая обращение компаний к помощи краудсорсинга, – мониторинг спроса потенциальных потребителей с целью уменьшения рисков управления товарным производством.

Практическая реализация технологии краудсорсинга продемонстрировала его привлекательность не только для недипломированных кадров любителей, но и дипломированных

специалистов. Несмотря на то, что краудсорсинг предполагает сотрудничество на безвозмездной основе, тем не менее, ряд ведущих компаний, все-таки финансово вознаграждают внесших вклад добровольцев. В результате участие в краудсорсинговых проектах рассматривается как дополнительный заработок, особенно востребованный в регионах Восточной Европы, Индии, Китае, где имеются талантливые кадры, зачастую даже высококвалифицированные, однако вынужденные выполнять низкооплачиваемую работу.

Помимо финансового вознаграждения добровольцами движет надежда на то, что в случае добросовестного выполнения работы, компании предложат им сотрудничество на постоянной основе, а также мотив залегающий в символической области, обусловленный чувством удовлетворенности от самореализации, возможности сделать свое увлечение общественно полезным. Однако, принципиально важно отметить, что право на интеллектуальную собственность отчуждается в пользу компании, на благо которой была осуществлена работа добровольцем.

Корпоративная культура до недавнего времени отличалась замкнутостью. Аналитика в финансовом и экономическом секторе была уделом ограниченного числа специалистов, на что тратились и продолжают тратиться огромные суммы денег. При этом нестабильность финансовых рынков демонстрировала потребность в повышении качества прогнозов. Сервис Cindicator, работающий на базе агрегатора новостей Vote, обеспечивает доступ к индексу мнений толпы о самых значимых для новостной повестки событиях. Это приложение создавалось на основе вывода, к которому пришли ученые в ходе исследования – средневзвешенное мнение толпы при соблюдении некоторых условий (децентрализация, разнородность, минимальный уровень знаний) в 80% случаев в долгосрочной перспективе будет точнее прогноза самого компетентного эксперта [7].

Во многих краудсорсинговых проектах до определенных пор практикуется принцип анонимности (анонимны как компании, от которых исходит заказ, так и добровольцы, выполняющие задание). В этой форме демократизации, при которой неважна ни национальность, ни профессиональная специфика, ни уровень квалификации, некоторые исследователи склонны видеть способность краудсорсинга к формированию современной версии меритократии, при которой главным является лишь качество работы, что дает основания им заключить, что со временем профессия превратится в артефакт индустриальной эпохи [4:49].

Однако оценка технологии краудсорсинга не столь однозначно позитивная. Скептики видят в краудсорсинге изощренный механизм современного капитализма охоты за талантливыми людьми со всего мира, чей труд при этом будет скромно оплачен по сравнению с



вознаграждением штатных сотрудников этих компаний, предлагающих инновационные решения, либо вообще будет осуществлен на безвозмездной основе. К тому же высказываются опасения, что данная технология чревата возвращением культурной посредственности, уверовавшей в свой скрытый потенциал и утратившей самокритику.

### Литература

1. Онлайн-курсы не менее эффективны, чем офлайн-форматы. Доказано экспериментально. Режим доступа: <https://iq.hse.ru/news/217043836.html> (дата обращения: 20.11.2019).
2. *Манович Л.* Теория софт-культуры. – Нижний Новгород: Красная ласточка, 2017. – 208 с.
3. *Тоффлер Э.* Третья волна. – М.: АСТ, 2002. – 781 с.
4. *Хау Дж.* Краудсорсинг: коллективный разум как инструмент развития бизнеса. – М.: Альпина Паблишер, 2012. – 287 с.
5. *Федотова В.Г.* Факторы ценностных изменений на Западе и в России // Вопросы философии. 2005, №11, с.3-23.
6. *Leadbeater Ch.* The pro-am revolution: How enthusiasts are changing our economy and society. – London: Demos, 2004. – 77 p.
7. *Брусов М.* Мудрость толпы: что заменит финансовую. Режим доступа: <https://www.rbc.ru/opinions/business/20/04/2016/57174e6d9a7947172a16f352> (дата обращения: 20.11.2019)