

Ірина Нерубашченко

Державний заклад «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського», м. Одеса

МОЖЛИВОСТІ КРАУДСОРСИНГУ У РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОЕКТІВ ГЛОБАЛЬНОГО ГРОМАДЯНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА

Iryna Nerubashchenko

State institution "Southern National Pedagogical University named after K.D. Ushinsky", Odesa, Ukraine

CROWDSOURCING OPPORTUNITIES FOR REALIZATION OF GLOBAL CIVIL SOCIETY PROJECTS

The article analyses possibilities of special interactive crowdsourcing platforms for the construction of global civil society. It is proved that crowdsourcing's potential appears exactly in a public sector. Argued, that the value of crowdsourcing consists in possibility to go out for the scopes of narrow expert qualification. The author draws attention that crowdsourcing has launched a global public projects with unique results. It is indicated that a decisive role for crowdsourcing as a global phenomenon has played not so much Internet itself, as a technical means, but social networks, as a result of certain activity of people. Crowdsourcing is the display of the mass collaboration as collective activity above one project on condition of independent participation each of participants.

Key words: global civil society, crowdsourcing, crowdsourcing platform, social networks.

За сучасних умов зміни технологічної, комунікаційної та соціальної парадигм актуалізується конструктивний діалог між суб'єктами інформаційного суспільства, шукаються ефективні способи соціокомунікаційної взаємодії. У зв'язку із цим у всіх галузях застосовуються інноваційні підходи та технології, які спрямовані на максимальне задоволення потреб сторін соціокомунікаційного процесу. Особливої популярності серед інноваційних технологій набувають спеціальні інтерактивні краудсорсингові платформи. Технології краудсорсингу можна застосовувати не лише у бізнес-середовищі; на нашу думку, їх потенціал якнайширше виявляється саме у громадському секторі.

Термін «краудсорсинг» запропонував редактор і журналіст Дж. Хау (Jeff Howe) у статті (2006 р.), яка через три роки була розвинена до формату книги – «Краудсорсинг: колективний розум як інструмент розвитку бізнесу» (2009 р.). Термін «краудсорсинг» (англ. *crowd* – натовп, *sourcing* – використання ресурсів) у найширшому значенні означає передання деяких виробничих функцій невизначеному колу осіб. Краудсорсинг базується на припущенні, що в суспільстві є талановиті люди, готові безкоштовно або за символічну винагороду генерувати ідеї, вирішувати проблеми, проводити дослідження в громадських цілях; головним стимулом для них є не винагорода, а можливість побачити втілення своєї ідеї на практиці¹.

За безлічі нюансів у трактуваннях, основна ідея краудсорсингу – «використання ресурсів натовпу» (дослівний переклад терміну) для вирішення певних завдань. Видається (й на цьому наголошують експерти), що назва «краудсорсинг» не зовсім вдала, бо «натовп» асоціюється з чимось пасивним, конформним, некомпетентним. Краудсорсинг ж об'єднує ініціативних і думаючих добровольців, готових долучитися створення чогось нового. Можливо, словосполучення «пошук талантів» краще б охарактеризувало використовуваний інструмент, бо цінність краудсорсингу полягає в можливості вийти за рамки вузької експертної кваліфікації, подивитися на проблему з несподіваної точки зору. Утім, важливо пам'ятати: для вирішення складних завдань потрібна не лише громадянська позиція, а й вузька кваліфікація.

¹ Деменко, А.Е. (2013). Использование метода краудсорсинга в целях повышения эффективности бюджетных расходов. *Вестник Югорского государственного университета*, 4 (31), 28-32.

Краудсорсинг є мобілізацією людських ресурсів людей за допомогою інформаційних технологій із метою вирішення завдань, що виникають перед бізнесом, державою й суспільством у цілому. Тому можна говорити про окремі види краудсорсингу – бізнес-краудсорсинг, громадський (суспільний) і політичний (державний). Власне в площині глобального громадянського суспільства ми маємо справу з громадським (суспільним) краудсорсингом, спрямованим на вирішення будь-якого спектра завдань, пов'язаних із суспільною діяльністю, взаєминами між людьми, добродійністю.

На думку Б. Славина, краудсорсинг можна вважати ідеологією інформаційного суспільства¹. Інтернет дає можливість користувачам об'єднуватися усупереч кордонам, призводячи до сприйняття людьми себе як єдиного цілого. Саме зараз формуються новітні потужні громадські механізми саморегулювання. Соціальні мережі, різні діалогові Інтернет-майданчики, тематичні онлайн-спільноти починають впливати на політичній арені, висуваючи чіткі вимоги до забезпечення соціальної справедливості. Залучення населення до вирішення завдань через краудсорсинг підсилює творчу активність і водночас веде до небаченої раніше можливості організувати групи населення. Краудсорсинг дав старт глобальним суспільним проектам із унікальними результатами.

Технологія краудсорсингу, яка передбачає можливість використовувати на добровільних засадах Інтернет-спільноти, стала не просто черговим кроком у розвитку засобів комунікацій: вона окреслила тенденцію до розширення доступу мільйонів людей до обміну інформацією. За даними Міжнародного союзу електрозв'язку, кількість Інтернет-користувачів на початок 2015 р. перевищила 3 млрд. Такий ресурс відкриває великі перспективи для використання краудсорсингу. Але ще більше ці перспективи уможливятся, якщо буде реалізований (у планах на 2015 р.) масштабний проект «Аутернет» – повністю безкоштовний бездротовий сигнал Wi-Fi, який стане доступним (не вимагатиме пароля для підключення) будь-якому жителю нашої планети.

Саме Інтернет зробив цей спосіб дешевим і загальнодоступним у багатьох сферах людської діяльності, а розвиток технологій забезпечив доступ до інформації величезній кількості користувачів². Проте Дж. Хау вказує на вирішальну роль не стільки Інтернету, як технічного засобу, скільки соціальних мереж, як результату певної діяльності людей, яка в іншому вигляді існувала ще до появи Інтернету: «Якщо краудсорсинг і пов'язаний із Інтернетом, то головна його суть полягає не у використанні сучасної технології. Технологія сама по собі – це пучок проводів, чіпів і незрозумілих інструкцій для експлуатації. ... Куди важливіші й цікавіші вчинки людей, які проявляються завдяки цій самій технології, зокрема здатності Інтернету об'єднати масу людей в один організм із нескінченними можливостями. Саме розвиток Мережі дозволяє нам скористатися кращою властивістю людської праці, відомою задовго до появи Інтернету: здатністю розбити непосильне завдання – наприклад, складання енциклопедії – на досить дрібні частини й тим самим зробити роботу не тільки практично здійсненою, але ще й захоплюючою»³.

За словами М. Кастельса, «в умовах інформаційної ери історична тенденція приводить до того, що домінуючі функції й процеси усе більше виявляються організованими за принципом мереж. Саме мережі становлять нову соціальну морфологію наших суспільств, а поширення «мережевої» логіки значною мірою позначається на ході й результатах процесів, пов'язаних із виробництвом, повсякденним життям, культурою й владою», «мережева форма соціальної організації існувала й в інший час, і в інших місцях, однак парадигма нової інформаційної технології забезпечує матеріальну основу для всебічного проникнення такої форми в структуру суспільства»⁴.

Краудсорсинг – модель розподіленого вирішення проблем і пошуку рішень, дроблення об'єму роботи на складові, що складають єдине ціле подібно до мозаїки. Інформація про проблему поширюється серед невизначеного кола осіб у формі відкритої пропозиції надсилати варіанти її вирішення. Знання та зусилля, сукупно використовувані, істотно перевищують знання та зусилля

¹ Славин, Б. (2012). Еволюція моделей сорсинга и ноосорсинг. *Information Management*, 4, 68-69.

² Косуля, І.Ю. (2014). Краудсорсинг та краудфандинг: нові поняття чи нові феномени? *Методологія, теорія та практика соціологічного аналізу сучасного суспільства*, 20, 267-271.

³ Хау, Дж. (2012). *Краудсорсинг: Коллективный разум как инструмент развития бизнеса*. Москва: Альпина Паблішер, 18.

⁴ Кастельс, М. (1999). *Становление общества сетевых структур. Новая постиндустриальная волна на Западе*. Москва: Academia, 492.

кожної окремої людини (т. зв. ефект синергії)¹. Відповідно, головний принцип краудсорсингу можна сформулювати так: у групі людей (натовпу) більше знань, ніж у окремої людини, але мистецтво полягає саме в тому, щоб створити умови для реалізації цих знань.

Таким чином, краудсорсинг є не просто організацією форуму, на якому учасники формують у нерегульованому режимі свої питання, зауваження та пропозиції, і навіть не традиційний механізм зворотного зв'язку, а організаційно та методично упорядкована модель діалогової взаємодії організації з ініціативними користувачами Інтернету². На думку О. Кіреєвої, краудсорсингові проекти стають своєрідними соціально-кар'єрними ліфтами, оскільки дають можливість талановитим людям виявити себе³.

На думку Дж. Хау, краудсорсинг показав, що, всупереч загальноприйнятим поглядам, люди не завжди поведуться передбачувано щодо власних інтересів. Як правило, вони беруть участь у краудсорсингових проектах за малі гроші або взагалі безкоштовно й при цьому невтомно трудяться, незважаючи на відсутність матеріального стимулу. Така поведінка видається нелогічною, якщо її оцінювати крізь призму традиційної економіки, але стимули не завжди вимірюються доларами або євро. Краудсорсинг уміло користується глибинною соціальною природою людини. Всупереч похмурому, повному безвиході пророкуванню, що Інтернет буде переважно ізолювати людей один від одного, краудсорсинг використовує технологію для розвитку безпрецедентних рівнів співробітництва й плідних обмінів між людьми з різноманітними біографіями із всіляких точок земної кулі. Віртуальні співтовариства — основа краудсорсингу, що забезпечує контекст і структуру, у якій здійснюється «робота»⁴. Мотивацією людей до безоплатного витрачання сил, часу та донесення своїх ідей можуть бути: 1) інтерес до процесу вирішення творчого завдання; 2) бажання побачити свої ідеї втіленими у виробництві, гордість за їх авторство; 3) намір зробити внесок у спільноту та відчути причетність до створення чогось значущо.

Основою краудсорсингу є підхід, за яким кожна людина володіє знаннями та талантами, які можуть виявитися затребуваними іншими людьми; саме людина з усіма своїми особливими навичками – центральна ланка краудсорсингу. Наші індивідуальні особливості – цілий букет збігів обставин, цю унікальність, присутню у великих групах, можна назвати різноманітністю, яка є потужною силою для розробки нових продуктів і вирішення широкого спектру проблем.

На нашу думку, краудсорсинг є проявом т. зв. відкритого (масового) співробітництва як колективної діяльності над одним проектом за умови самостійної участі кожного з учасників. За гіпотезою дослідника Дж. Суравецького, автора книги «Мудрість натовпу» (2004), завершується епоха, коли громадськість погоджувалася з тим, що політична та медіа-еліти мали «монополію на мудрість». С. Федонюк звертає увагу, що на відміну від проектів масової кооперації, відкрите (масове) співробітництво не передбачає попереднього узгодження дій та обсягів роботи для кожного учасника й обов'язкового формування сталих груп учасників, кожен із яких виконує певну роботу добровільно й на основі особистого зацікавлення, навіть без погодження з іншими учасниками. Такі проекти відкритого (масового) співробітництва реалізуються переважно на базі соціальних медіа-сайтів універсального призначення (наприклад, Facebook) або спеціалізованих, а також на основі спеціально створених віртуальних платформ, як-от: петиційні проекти (наприклад, Avaaz), утилітарні системи для генерування документів (наприклад, на базі GitHub)⁵.

Соціальна технологія краудсорсингу може бути активним «громадянським опором» щодо певних державних практик, ініціатив або інститутів. Ця технологія об'єднує нові мережеві

¹ Бадьина, Л.П., Миньков, С.Л. (2014). Краудсорсинг: синергия интернет-сообществ. *Современные наукоемкие технологии*, 5, 63-66.

² Савченко, И. А. Современные методы осуществления диалога между государством и обществом. http://psyjournals.ru/social_economical_psychological_/issue/63144.shtml.

³ Кіреєва, О.Б. (2012). Краудсорсинг як метод активного використання колективного інтелекту. *Результат-орієнтовані підходи, інструменти та технології в публічному управлінні*. Дніпропетровськ: ДРІДУ НАДУ, 77-78.

⁴ Хау, Дж. (2012). *Краудсорсинг: Коллективный разум как инструмент развития бизнеса*. Москва: Альпина Паблишер, 20-21.

⁵ Хома, Н.М. (заг. ред.) (2015). *Новітня політична лексика (неологізми, оказіоналізми та інші новотвори)*. Львів: Новий світ-2000, 44-45.

інноваційні технології, є новим баченням вирішення комплексних завдань із використанням інтелектуального потенціалу та знань мільйонів громадян із поділом процесу на окремі частини¹.

За останні роки громадсько-політичний краудсорсинг демонструє свою ефективність в умовах надзвичайних ситуацій: японці створювали краудсорсинговий ресурс для збору відомостей про радіаційний фон у різних регіонах країни; американці інтегрували соціальні мережі в процес попередження та ліквідації різних надзвичайних ситуацій і под. Яскравим прикладом краудсорсингу є створення інформаційної програми «Ушахіді» (2007) у Кенії, коли під час президентських виборів країну охопили збройні міжетнічні конфлікти; офіційна влада блокувала роботу багатьох ЗМІ, в результаті чого населення опинилося в інформаційному вакуумі, який спробували заповнити блогери.

Найбільшу популярність здобули такі краудсорсингові проекти, як *Wikipedia* (вільна енциклопедія, яка пропонує всім користувачам готувати та редагувати статті), *OpenStreetMap* (вільна карта світу, що пропонує користувачам створювати докладні карти міст), *Ebird* (вільна бази даних, яка пропонує любителям-орнітологам виконувати рутинні процедури спостереження). Якщо зосередитися лише на екології (як одній із сфер інтересу глобального громадянського суспільства), то прикладом застосування краудсорсингу є різні карти, у складанні яких беруть участь усі зацікавлені громадяни, відзначаючи на даних картах місця екологічних порушень, охоронювані природні об'єкти, місця проживання рідкісних видів флори та фауни, розміщуючи інформацію про стан певного об'єкта довкілля².

Отже, краудсорсингова технологія – це соціальна технологія, реалізована суб'єктами громадянського суспільства в громадських і державних інтересах. Краудсорсинг є технологією, що поєднує нові мережеві інноваційні системи з можливістю вирішення комплексних завдань шляхом використання інтелектуального потенціалу та знань мільйонів людей. Застосування технології краудсорсингу дозволяє залучити до публічного управління, за допомогою віртуального інформаційного простору людей, що володіють громадянською активністю, новими й ефективними ідеями, здатністю до інноваційного мислення. Систематизований обмін ідеями за допомогою мережевих технологій, уможливорює залучення у глобальне управління людей, що демонструють громадянську позицію. Потрібно ширше застосовувати можливості сучасної технології громадської експертизи, в рамках якої пропозиції та рішення може пропонувати кожен користувач Інтернету без будь-яких обмежень.

Сьогодні краудсорсинг розвивається швидкими темпами, бо дозволяє вирішувати різноаспектні проблеми та завдання, які стоять перед суспільством в епоху глобальних викликів із мінімальними часовими та фінансовими ресурсами. Краудсорсинг стає одним із способів широкої громадської участі у соціально-економічному та політичному житті. У ХХІ ст. цей механізм е-демократії може реанімувати повноцінне народовладдя у суспільстві.

На нашу думку, саме краудсорсинг може стати засобом реалізації екологічних, економічних, соціальних та інших громадських ініціатив. Саме нові технології уможливили віддалену інтерактивну взаємодію як новий тип комунікації. За вірно заданих умов пошук вирішення проблеми з опорою на сукупні знання багатьох людей може бути ефективнішою методикою, ніж використання знань і досвіду кількох із них. «Мережевий натовп» («мудрий натовп») має мегапотенціал для реалізації глобальних проєктів. За правильного його розвитку, краудсорсинг не має залишитися у форматі Інтернет-форумів, де лише висловлюють свою думку, а має «вирости» до механізму колективної відповідальності.

¹ Рогова, А.В. (2013). Краудсорсинг как инструмент социально-экономического развития региона. *Современные проблемы науки и образования*, 5 (49).

² Курочкин, А.В. (2013). *Инновационная политика в условиях сетевого общества*. Санкт-Петербург: Издательство РХГА.

References

1. Badina, L. P., Minkov, S. L. (2014). Kraudsorsing: sinerhiya internet-soobschestv. *Sovremennyye naukoemkie tehnologii*, 5, 63-66.
2. Cavchenko, I. A. Sovremennyye metodyi osuschestvleniya dialoga mezhdru gosudarstvom i obschestvom. rekladu. <http://psyjournals.ru/social_economical_psychological_/issue/63144.shtml>.
3. Clavin, V. (2012). Evolyutsiya modeley sorsinga i noosorsing. *Information Management*, 4, 68-69.
4. Demenko, A. E. (2013). Icpolzovanie metoda kraudsorsinga v tselyah povyisheniya effektivnosti byudzhetnyih rashodov. *Vestnik Yugorskogo gosudarstvennogo universiteta*, 4 (31), 28-32.
5. Hau, Dzh. (2012). *Kraudsorsing: Kollektivnyiy razum kak instrument razvitiya biznesa*. Moskva: Alpina Pablisher.
6. Kastels, M. (1999). Stanovlenie obschestva setevyih struktur. *Novaya postindustrialnaya volna na Zapade*. Moskva: Academia.
7. Khoma, N. M. (za red.) (2015). *Novitnyia politychna leksyka (neolohizmy, okazionalizmy ta inshi novotvory)*. L'viv: Novyy svit-2000.
8. Kiryeyeva, O. V. (2012). Kraudsorsynh yak metod aktyvnogo vykorystannya kolektyvnogo intelektu *Rezul'tat-oriyentovani pidkhody, instrumenty ta tekhnolohiyi v publicnomu upravlinni*. Dnipropetrovs'k: DRIDU NADU.
9. Kosulya, I. Yu. (2014). Kraudsorsynh ta kraudfandyh: novi ponyattya chy novi fenomeny? *Metodolohiya, teoriya ta praktyka sotsiolohichnoho analizu suchasnoho suspil'stva*, 20, 267-271.
10. Kurochkin, A. V. (2013). *Innovatsionnaya politika v usloviyah setevogo obschestva*. Sankt-Peterburg: Izdatelstvo RHGA.
11. Rogova, A. V. (2013). Kraudsorsing kak instrument sotsialno-ekonomicheskogo razvitiya regiona. *Sovremennyye problemy nauki i obrazovaniya*, 5 (49).