

9. Лысак И. В., Наливайченко И. В. Патриотизм: отжившая ценность или актуальный тренд? Таганрог, 2013.
10. Московичи С. Социальная психология. СПб.: Питер, 2007. 592 с.; Век толп. Исторический трактат по психологии масс. М., 2011. 396 с.
11. Наливайченко И. В. Образ Родины как объект патриотизма // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. 2011. № 5-4. С. 126–130.
12. Наливайченко И. В. Специфика патриотизма в условиях глобализации культуры // Современные проблемы науки и образования. 2011. № 2. С. 27.
13. Овчинникова Н. П. Формирование понятия «Отечество» у старшеклассников средствами исторического образования: автореф. дис. ... канд. педаг. наук. Архангельск, 2002.
14. Попов А. И. Развитие образа Родины у школьников: автореф. дис. ... канд. психол. наук / Ярославский государственный педагогический университет им. К.Д. Ушинского. Волгоград, 2005.
15. Сандомирская И. Книга о Родине: опыт анализа дискурсивных практик // Wiener Slawistischer Almanach. Sonderband 50 (Венский альманах славистики. Спецвыпуск 50). Wien: Gesellschaft zur Foerderung slawistischer Studien, 2001. 286 с.
16. Филиппова С. В. Образы «дом» и «родина» в языковом сознании носителей русской и якутской культур // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. 2013. № 5. С. 274–279.

УДК 004:316.6

Шагурова Ангелина Александровна

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ КРАУДСОРСИНГ

В статье рассмотрены понятия краудсорсинга и психологического краудсорсинга, проведен анализ краудсорсинг-проектов за рубежом, введено понятие «виртуальной помощи», сформированы механизмы работы психологического краудсорсинга.

Ключевые слова: краудсорсинг, психологический краудсорсинг, краудсорсинг-проект, психологическая помощь, виртуальная помощь, жизненные трудности.

Angelina Shagurova

PSYCHOLOGICAL CROWDSOURCING

The article discusses the concept of crowdsourcing and psychological crowdsourcing; it also offers an analysis of crowdsourcing projects abroad, as well as introduces the concept of “virtual assistance”, and develops the mechanisms for psychological crowdsourcing.

Key words: crowdsourcing, psychological crowdsourcing, crowdsourcing project, psychological support, virtual assistance, routine life difficulties.

В последнее время стало привычным использование электронных устройств, постоянное подключение к Интернету, непрекращающееся общение в социальных сетях, всё увеличивающийся круглосуточный поток разнообразной информации влияет на социальную среду личности. В эпоху информационного общества возрастает ценность экзистенциальной информации – личного жизненного опыта, а «выученная» информация отходит на второй план. Такая тенденция говорит о том, что этот процесс можно рассматривать как психологическую революцию в Интернете.

Бурный технический прогресс и развитие постиндустриального общества привели к тому, что информация стала одной из основ развития личности и самореализации индивида. На базе социальных сетей возникают сетевые сообщества и неформальные клубы, появляются новые социально-психологические механизмы мотивации людей, которые можно обозначить как краудсорсинг.

Джефф Хау в своей статье «The rise of crowdsourcing» [9], впервые вводит термин «краудсорсинг» в обиход и описывает данную технологию.

Краудсорсинг (англ. crowdsourcing, crowd – толпа и sourcing – использование ресурсов) – передача некоторых производственных функций неопределённому кругу лиц, решение общественно значимых задач силами добровольцев, часто координирующих при этом свою деятельность с помощью информационных технологий [1]. Базисом всех проектов, использующих краудсорсинг, являются талантливые люди, которые готовы жертвовать своим временем. Обычно энтузиасты, которые занимаются такими проектами, стремятся не столько заработать денег, сколько получить моральное удовлетворение от работы.

Изначально идея краудсорсинга была романтической – это была не просто работа над проектом, а работа над проектом энтузиастов, вдохновленных идей. Бизнес же трансформировал идею под свои реалистичные нужды и использует краудсорсинг как инструмент для получения прибыли и вовлечения масс. Таким образом, происходит следующее: некие люди получают выгоду за счет других людей, которые об этом даже не догадываются и не задумываются, так как для этих людей формируется ложная мотивация, ложная реклама, ложные посылы.

За рубежом практика краудсорсинга распространена с 2003 г. Список коммерческих и некоммерческих краудсорсинг-проектов с каждым годом растет. Рассмотрим наиболее популярные краудсорсинг-проекты за рубежом.

1. Краудсорсинг в сельском хозяйстве. Каждую весну и осень фермеры отправлялись на местные рынки и фермы, где делились опытом выращивания овощных культур, животных, разрабатывали новые способы работы. В помощь фермерам Британская организация охраны создала веб-страницу, где стало возможным обмениваться знаниями и умениями онлайн. В настоящее время данный проект помогает не только самим фермерам, но и позволяет решать вопросы сельского хозяйства с местными властями.
2. Компания «Local Motors» использует краудсорсинг как инновационный процесс создания новых автомобилей и комплектующих к ним. Собирая «идеи толпы», компания не только совершенствует свои продукты, но и создает автомобили по доступной цене.
3. Проект Dickens Journals Online. Идея проекта заключалась в том, чтобы сделать электронные журналы доступными для слабовидящих и слепых людей с помощью речевой технологии. В процессе реализации данного проекта с помощью краудсорсинга было привлечено огромное количество добровольцев, которые помогли осуществить проект.
4. Компания «Lufthansa» искала идеи в сфере обслуживания клиентов с дополнительным грузом. На собственном сайте авиакомпания создала сообщество, где можно было предложить идею и получить приз в виде абонеента в тренажерный зал, расположенный в аэропорте Франкфурта, или воздушные мили.

Такие примеры краудсорсинг-проектов выступают новым инструментом решения различных задач не только в коммерческой, но и в государственной и общественной сферах. За последние годы достаточно популярным стало такое понятие, как «психологический краудсорсинг».

С одной стороны интернет-технологии способствуют развитию отчужденности между людьми, а с другой стороны, они представляют собой оперативный способ установления контактов, решения психологических проблем и т. д. Популярность интернет-технологий увеличивает доступность психологической помощи населению.

Психологический краудсорсинг предполагает оказание психологической помощи в сетевых сообществах, в основе которого лежит механизм взаимопомощи, сочувствия и взаимной поддержки. Фактически, люди на виртуально-волонтерской основе бескорыстно помогают друг другу решать разнообразные психологические проблемы. Оказывать помощь в сети Интернет могут как специалисты (психологи, психотерапевты), так и простые люди, желающие поделиться жизненным опытом. Участие специалистов в таких сетевых сообществах необходимо, так как это позволяет оптимизиро-

вать спонтанную коммуникацию в психокоррекционном плане, структурировать ее и направить в деятельное русло. Хотя личный, реальный опыт совладания с жизненными трудностями на сегодняшний день не только не теряет значимости, но становится еще более ценным.

Общение между людьми не только объединяет их, но и помогает справляться с жизненными проблемами. Каждый человек имеет полное право опираться на мнения других, и обращаться к ним за поддержкой. И помощь в Интернет-сообществах выступает одним из способов решения сложных жизненных ситуаций. «Виртуальная помощь» является объединением реальных людей с целью оказания взаимопомощи в сети Интернет. В данной работе большую роль играют механизмы коллективной психологической защиты, возможности которой намного превосходят механизмы защиты индивидуальной. Цель «виртуальной помощи» состоит в том, чтобы помочь человеку улучшить качество своей жизни.

В таком виде психологический краудсорсинг выступает как способ оказания психологической помощи через Интернет, он включает поддержку и содействие в понимании психологических проблем и принятии взвешенного решения. Главными преимуществами психологического краудсорсинга являются:

- описание проблемы в любое удобное время;
- письменное изложение проблемы помогает обдумать ее, достичь ясности, понимания и облегчения;
- неограниченное время на формулирование и описание проблемы;
- анонимность;
- возможность несколько раз перечитать письмо о проблеме и ответы на нее.

Ежедневный анализ собственного психологического состояния и мотивации своих поступков, разбор значения снов и других подсознательных сигналов может стать необходимой рутинной процедурой, столь же обычной для человека будущего, как ритуал личной гигиены. В таком случае психологический краудсорсинг является не только эффективным инструментом оказания психологической помощи, но и атрибутом виртуальной эпохи, в которую только начинает входить человечество.

Литература

1. Ашманов И. Интервью: Короткая память: Как изменился Интернет в 2012 году и что ждет его в 2013-м? // Российская газета. Неделя № 5984 (8) 17.01.2013.
2. Сандомирский М. Е. Социальные сети в интернете как новая информационная среда для психотерапии // Психотерапия. Приложение: материалы Съезда психологов и психотерапевтов Краснодарского края и Респ. Адыгея 14–16 ноября 2008 г. С. 20–22.
3. Сандомирский М. Е. Социальная и социомедийная психотерапия: Материалы Международного конгресса «Интегративные процессы в психотерапии и консультировании. Психотерапия здоровых. Медиация», Москва, 7–9 октября 2011 г. // Психотерапия. 2011. № 10. С. 110–122.
4. Сандомирский М. Е. Психологическая взаимопомощь и психологический краудсорсинг: Инструкция пользователя // ЛитКлуб. 2012. 21.08.
5. Carletti L. A grassroots initiative for digital preservation of ephemeral artefacts: the Ghostsigns project. Digital Engagement Conference 2011. Consulted. URL: <http://de2011.computing.dundee.ac.uk/wp-content/uploads/2011/10/A-grassroots-initiative-for-digital-preservation-of-ephemeral-artefacts-the-Ghostsigns-project.pdf> (дата обращения: 04.12.2014).
6. Википедия – Свободная энциклопедия [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Краудсорсинг> (дата обращения: 15.12.2014).
7. Nov O., D. Anderson, Arazy & O. Volunteer computing: A model of the factors determining contribution to community-based scientific research: Proceedings of the International world Wide Web Conference Committee. 26–30 April. Raleigh, North Carolina (USA).
8. Oomen J., Aroyo & L. Crowdsourcing in the cultural heritage domain: Opportunities and challenges: Proceedings of the 5th International Conference on Communities and Technologies. 19 June–2 July. Brisbane, Australia.
9. Jeff, Howe. The rise of crowdsourcing. www.wired.com/wired/archive/14.06/crowds_pr.html (дата обращения: 11.11.2014).