

Н. В. Розенберг

*доктор философских наук, доцент
заведующий кафедрой философии и социальных коммуникаций
Пензенский государственный университет, г. Пенза, Российская Федерация*

Е. С. Егорова

*старший преподаватель, кафедра философии и социальных коммуникаций
Пензенский государственный университет, г. Пенза, Российская Федерация*

ВОЗМОЖНОСТИ ТЕХНОЛОГИИ КРАУДСОРСИНГА ДЛЯ СТУДЕНТОВ НАПРАВЛЕНИЯ «РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»

Аннотация. В статье рассматривается роль современных технологии социального управления образовательным процессом в России, а именно краудсорсинга, появление которой связано с развитием информационных и коммуникационных технологий, использованием различных диалоговых интернет-площадок и социальных сетей. Выделены основные аспекты социологии управления образовательным процессом, а также описаны способы применения технологий краудсорсинга в образовании: для улучшения качества образовательного продукта и реализации социально значимых проектов. Рассмотрены варианты применения краудсорсинга в образовательном процессе студентов направления «Реклама и связи с общественностью». Проведен анализ существующих краудсорсинговых платформ, используемых вузами России для создания программ развития, обеспечения неформального образования и ведения проектной деятельности в рамках образовательного учреждения и в бизнес-среде, сделаны выводы о необходимости дальнейшего изучения краудсорсинга и нахождения возможностей для его применения с целью повышения качества образовательного продукта и обеспечения эффективности деятельности вузов.

Ключевые слова: краудсорсинг, информационные технологии, реклама, связи с общественностью, социальное управление образовательным процессом.

N. V. Rozenberg

*Doctor of Philosophy, associate professor
Head of department of philosophy and social communications
Penza State University, Penza, the Russian Federation*

E. S. Egorova

*Senior lecturer, Department of philosophy and social communications
Penza State University, Penza, the Russian Federation*

OPPORTUNITIES CROWDSOURCING TECHNOLOGY FOR STUDENTS OF SPECIALTY «ADVERTISING AND PUBLIC RELATIONS»

Abstract. The article discusses the role of modern technology management of educational process in Russia, namely crowdsourcing, the appearance of which is associated with the development of information and communication technologies, using various interactive web sites and social networks. The basic applications of crowdsourcing technologies in education: to improve the quality of the educational product and the implementation of social projects. Authors considered the variants of the use of "Advertising and public relations" crowdsourcing in the educational process of students' destinations. The analysis of existing crowdsourcing platforms used by universities in Russia to create development programs that provide non-formal education and management of project activities within the educational institutions and in the business environment, conclusions about the need for further study of crowdsourcing and finding opportunities for its use for the purpose of improving the quality of the educational product and to ensure the effectiveness of universities.

Key words: crowdsourcing, information technology, advertising, public relations, educational process.

В современных условиях развития общества системы высшего образования все больше ориентируются на реальный сектор экономики и бизнес-среду, что требует от вуза быть активным и настроенным на адаптацию к изменяющимся условиям субъектом рыночной среды. Необходимость постоянно поддерживать конкурентоспособность заставляет руководителей в сфере высшего образования совершенствовать качество оказываемых услуг, оптимизировать бизнес-процессы, а также повышать эффективность деятельности университета с использованием современных технологий управления. Одной из таких технологий является краудсорсинг, появление которой связано с развитием современных информационных и коммуникационных технологий, использованием различных диалоговых интернет-площадок и социальных сетей.

Впервые слово «краудсорсинг» (англ. crowdsourcing crowd – «толпа» и sourcing – «использование ресурсов») было использовано Джеффом Хауи в 2006 году в статье «The Rise of Crowdsourcing», в которой автор доказывал, что общественные группы любителей, которые работают над поставленной задачей, чаще всего могут выдавать наиболее значимые результаты, чем профессионалы [6].

Исследуя существующие подходы к данному феномену, можно заключить, что краудсорсинг имеет ряд значений, представленных на рисунке 1.

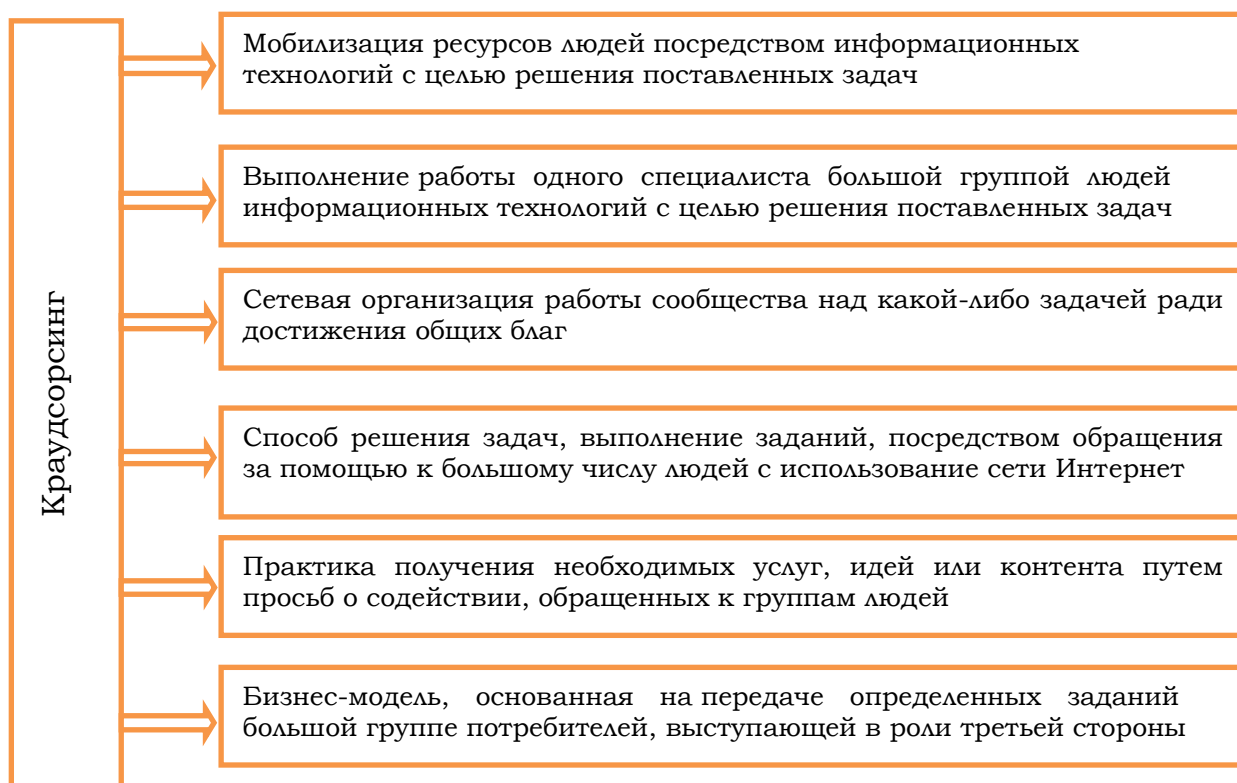


Рисунок 1– Принятые в российской практике значения краудсорсинга

В России краудсорсинг начал активно применяться в различных сферах относительно недавно – в первую очередь среди крупных игроков бизнеса, в том числе компании с государственным участием. Тем не менее, количество успешных практических проектов, использующих краудсорсинг в самых разных областях, постоянно увеличивается. Среди наиболее крупных краудсорсинговых площадок в

Рунете можно выделить «Россия – страна краудсорсинга» (www.citycelebrity.ru), объединяющая городские порталы по всей России в целях реализации проектов и проведения конкурсов как социальной, так и коммерческой направленности.

Помимо бизнес-среды, в России с недавнего времени краудсорсинг используется в образовании, где технологии, как правило, используются в двух плоскостях: для улучшения качества образовательного продукта и услуг, а также в рамках социально значимых проектов. Здесь можно выделить сайт «Теплицы социальных технологий» (www.te-st.ru), представляющий собой общественный образовательный проект, направленный на развитие сотрудничества между некоммерческим сектором и IT-специалистами.

Решая задачу улучшения качества образовательного продукта, технологии краудсорсинга способны повысить практикоориентированность образовательного продукта вуза, которая в настоящее время востребована как среди студентов, так и среди работодателей. С точки зрения потребностей обучения, краудсорсинг стоит на пересечении проектной деятельности и технологий интерактивного обучения, являющихся активными методами обучения и удовлетворяющая требованиям стандартов построения образовательных программ вуза. Работа в подобной среде способствует развитию умения анализировать ситуацию, оценивать альтернативы, нестандартно мыслить, прививает студентам навыки решения практических задач [1].

Для студентов направления «Реклама и связи с общественностью» в соответствии с Федеральным государственным стандартом высшего образования использование технологий краудсорсинга позволяет освоить следующие профессиональные компетенции:

- способность реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью (СО) как сферы профессиональной деятельности;
- способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и СО в государственных, общественных, коммерческих структурах, СМИ, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта;
- способность обсуждать профессиональные проблемы, отстаивать свою точку зрения, давать аргументированные ответы;
- способность оперативно принимать решения, в том числе в кризисных ситуациях, вырабатывать нестандартные решения;
- способность к участию в проектировании в области рекламы и СО, организации, обеспечению средств и методов по реализации проектов, участию в организации работы проектных команд;
- способность организовать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции в рамках традиционных и современных средств рекламы;
- способность организовать и провести рыночное наблюдение, опросы, анкетирование, эксперимент с целью повышения имиджа и конкурентной позиции организации и фирмы на рынке; осуществить сбор, обработку и анализ полученных данных.

При этом возможны следующие варианты применения краудсорсинга в образовательном процессе:

- создание и обновление различных информационных баз данных силами студентов, например, электронной библиотеки;
- формирование новых учебных программ, продуктов, опираясь на мнение экспертного сообщества, заинтересованного в их создании, а также проведения маркетинговых исследований, опросов общественного мнения и т.д.;
- возможность участия студентов в уже существующих краудсорсинговых проектах под руководством преподавателей, когда оценивать качество выполненных заданий будет не только преподаватель или студенты вуза, но и интернет-

сообщество, включающее в том числе специалистов-практиков, что позволяет получить практические навыки в будущей профессии.

Совместное создание и реализация проектов в рамках вуза позволит значительно увеличить состав креативной и тестирующей команды без привлечения дополнительных средств. Среди возможных способов применения в сфере образования можно выделить: создание логотипов; дизайна печатной продукции; видеороликов информационного, презентационного или рекламного характера, снятых студентами; флеш-монов и открытых мастер-классов, приуроченных к дням открытых дверей для абитуриентов. Ярким примером может служить видео «Aliens in the Hud», созданное студентами и абитуриентами Университета Хаддерсфилда (Великобритания), которое привлекло серьезное общественное внимание и собрало миллионы просмотров в сети Интернет. Также можно отметить видео-ролик «Один день в Дюке», созданный командой Университета Дюка, состоящий из более одной тысячи различных видео, снятых в течении 24 часов на территории учреждения.

Интерес от участия в краудсорсинговых проектах, помимо создания медиа-объектов, создается за счет участия большого количества обучающихся в дистанционной работе над одним проектом [7]. Примером может послужить проект Университета Фагенинген в Нидерландах, где команда из почти тысячи студентов создали интерактивный тур по студенческому городку. Видео в итоге получило несколько премий из сферы рекламы, а также получило положительную обратную связь от целевой аудитории – абитуриентов университета.

Помимо вышеперечисленного, краудсорсинг часто используется вузами в процессе разработки программы развития. Например, МГГУ им. М.А.Шолохова решил использовать краудсорсинг для собственного развития. Для этих целей на сайте GosDiscuss выложена программа развития университета для общественного обсуждения. Московский технологический университет (МИРЭА) планирует в ближайшем будущем повторить подобный опыт для развития университета [2; 4].

По нашему мнению, вузам краудсорсинг подходит даже лучше, чем другим организациям, поскольку способен идеально вписаться в современную модель университета. Студенты хотят обучаться, создавать реальные продукты и материалы, взаимодействовать между собой и с другими участниками процесса, более того, они, как потребители услуг, являются экспертами в вопросах организации процесса обучения. Для студентов направления «Реклама и связи с общественностью» участие в различных краудсорсинговых проектах на таких площадках, как Godesigner (godesigner.ru), размещающих проекты по дизайну; Citycelebrity (citycelebrity.ru) – объединение площадок по реализации социально значимых проектов или в интернет-проекте Wikipedia, где студенты в рамках образовательного процесса приобретают опыт проведения исследований, поиска материалов, их анализ, а также подготовку качественных материалов по заданной тематике, позволяет применить полученные знания на практике, услышать мнение широкого круга обучающихся и специалистов практиков о своей работе, приобрести опыт решения реальных задач как самостоятельно, так и команде, а также изучить и проанализировать работы других участников проектов. Участие в подобных проектах обеспечивает новую систему оценки и самооценки учебных достижений, позволяет формировать профессиональное портфолио и является весомым плюсом в будущем резюме студента. Современные тенденции диктуют необходимость приведения в соответствие качества подготовки выпускников вузов требованиям экономики знаний, которые заключаются в том, что выпускник должен не только обладать набором необходимых знаний, но и умением генерировать их в течение всей жизни, умением ориентироваться в сложных проблемных ситуациях [2; 5].

Помимо вышеперечисленного, краудсорсинг призван стать одной из эффективных моделей построения так называемого неформального образования, являющейся в условиях перехода от традиционных обществ (society) к сетевым сообществам (community), важнейшим инструментом социализации студентов

и выпускников вуза. Образовательный краудсорсинг в этом случае открывает путь к адаптации и социализации студентов и выпускников в высокотехнологичных сетевых многоязыковых сообществах, что является незаменимым компонентом современного образования. Таким образом, умение студента работать в краудсорсинговой среде позволяет развить принципы волонтерства, повышает морально-нравственный уровень и оказывает влияние на формирование общекультурных и профессиональных компетенций.

Научно-педагогическим кадрам вуза образовательный краудсорсинг позволяет освоиться в новой социальности «Детей цифровой эры» [5]. Он является интегрирующим звеном между абитуриентами, студентами, преподавателями и представителями бизнес-среды в решении образовательных задач посредством создания открытых университетов, дистанционных курсов и т.п. Также краудсорсинговые платформы университетов дают возможность неразрывной связи с выпускниками вуза, являющимися представителями бизнеса. Примером в российской практике может служить площадка НИУ ВШЭ, созданная для коллективного обсуждения маркетинговых решений и построенная на принципах добровольного сотрудничества. Такой тип краудсорсинга является наиболее интеллектуальным и в западной терминологии называется «открытыми инновациями» (open innovation). Площадка является закрытой системой и доступна только выпускникам Школы. Поставщиками решений выступают как компании-партнеры (выпускники), так и внешние коммерческие заказчики. В ходе обсуждения возникших проблемных ситуаций участники площадки, работающие в различных отраслях и являющиеся профессионалами в разных сферах маркетинга и развития бизнеса под руководством лучших экспертов Школы, формируют жизнеспособные решения. По договоренности с заказчиками Школа выносит сформированные решения, как кейсы в образовательные программы.

В современных условиях глобализации и возрастающей конкуренции российские вузы вынуждены соответствовать высоким требованиям как государства, так и бизнеса, предъявляемым к качеству образовательных услуг и исследовательской деятельности. Необходимо обновление и совершенствование систем управления высшим образованием, направленных на развитие инициативности и предпринимательства [3].

Образовательный краудсорсинг, основанный на инновационных моделях, реализуемый на основе информационных и коммуникационных технологий, предполагает на выходе из учебного процесса получение законченного общественно востребованного продукта. Поэтому данное направление исследований необходимо изучать и использовать в качестве одного из возможных эффективных и современных инструментов для развития высшего образования в России.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Андреева Ю.Ю. Введение в «Краудсорсинг» - один из инновационных инструментов развития высшего образования / Ю.Ю. Андреева // Российские регионы: взгляд в будущее. — 2014. — № 1 (1). — С. 119–128.
2. Морозова И.А. Применение современных управленческих технологий повышения эффективности деятельности образовательного учреждения / И.А. Морозова, Е. Е. Сидорова, К.С. Куликова. — Волгоград: ВолгГТУ, 2013. — 104 с.
3. Палей Т.Ф. Краудсорсинг, как средство повышения эффективности системы управления вузом и инфраструктурного развития / Т.Ф. Палей // Проблемы современной экономики: материалы II междунар. науч. конф. (г. Челябинск, октябрь 2012 г.). — Челябинск: Два комсомольца, 2012. — С. 140–142.
4. Попова А. Почему краудсорсинговая модель может быть полезна для ВУЗов? / А. Попова. — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: www.goslyudi.ru/blog/apopova/73000 (дата обращения: 12.04.2016).

5. Sazonov S.P., Increase in Efficiency of Activity of Educational Organization in System of Higher Professional Education under Current Management Technologies / S.P. Sazonov, E.E. Kharlamova // *World Applied Sciences Journal*. — 2014. — Vol. 30, no. 10. — С. 1271-1275.

6. Howe J. The Rise of Crowdsourcing [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.wired.com/wired/archive/14.06/crowds.html> (дата обращения: 12.05.2016).

7. Ross Chris. Are the Sleeping Giants Awake? Non-profit Universities Enter Online Education at Scale, The Parthenon Group, October 2014.

REFERENCES

1. Andreeva Iu.Iu. Introduction to the "Crowdsourcing" - one of the innovative tools of development of higher education. *Rossiiskie regiony: vzgliad v budushchee = Russian region: looking into the future*, 2014, no. 1 (1), pp. 119-128 (in Russian).

2. Morozova I.A. Sidorova E. E., Kulikova K.S. *Primenenie sovremennykh upravlencheskikh tekhnologii povysheniia effektivnosti deiatel'nosti obrazovatel'nogo uchrezhdeniia* [The use of modern management technologies improve the efficiency of the educational institution]. VolgGTU Publ., Volgograd Publ., 2013, 104 p.

3. Palei T. F. *Kraudsorsing, kak sredstvo povysheniia effektivnosti sistemy upravleniia vuzom i infrastruktornogo razvitiia* [Crowdsourcing as a means of increasing the efficiency of the university and infrastructural development of the control system]. Problemy sovremennoi ekonomiki, Chelyabinsk, Dva komsomol'tsa Publ., 2012, pp. 140-142 (in Russian).

4. Popova A. *Pochemu kraudsorsingovaia model' mozhet byt' polezna dlia VUZov?* (Why crowdsourcing model can be useful for universities?) Available at: www.goslyudi.ru/blog/aropova/73000 (accessed: 12.05.2016)

5. Sazonov S.P. Increase in Efficiency of Activity of Educational Organization in System of Higher Professional Education under Current Management Technologies. *World Applied Sciences Journal*, 2014, Vol. 30, no. 10, pp. 1271-1275 (in English).

6. Howe J. *The Rise of Crowdsourcing*. Available at: <http://www.wired.com/wired/archive/14.06/crowds.html> (accessed: 12.05.2016)

7. Ross, Chris. *Are the Sleeping Giants Awake? Non-profit Universities Enter Online Education at Scale*, The Parthenon Group, October 2014.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ

Розенберг Наталья Владимировна — доктор философских наук, заведующая кафедрой коммуникационного менеджмента, Пензенский государственный университет, 440026, г. Пенза, ул. Красная 40, Российская Федерация, e-mail: elya@sura.ru.

Егорова Екатерина Сергеевна — старший преподаватель, кафедра философии и социальных коммуникаций, Пензенский государственный университет, 440026, г. Пенза, ул. Красная 40, Российская Федерация, e-mail: katepost@ya.ru.

AUTHORS

Rozenberg Natalia Vladimirovna – Doctor of Philosophy, Head of department of philosophy and social communications, Penza State University, 40 Krasnaya Street, Penza, 440026, the Russian Federation, e-mail: elya@sura.ru.

Egorova Ekaterina Sergeevna — Senior lecturer, Department of philosophy and social communications, Penza State University, 40 Krasnaya Street, Penza, 440026, the Russian Federation, e-mail: katepost@ya.ru.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКОЕ ОПИСАНИЕ СТАТЬИ

Розенберг Н.В. Возможности технологии краудсорсинга для студентов направления «реклама и связи с общественностью»/ Н.В. Розенберг, Е.С. Егорова // *Электронный научный журнал «Наука. Общество. Государство»*. — 2016. — Т. 4, № 2 [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://esj.pnzgu.ru>.

BIBLIOGRAPHIC DESCRIPTION

Rozenberg N. V., Egorova E. S. Opportunities crowdsourcing technology for students of specialty «advertising and public relations». *Electronic scientific journal «Science. Society. State»*, 2016, vol. 4, no. 2, available at: <http://esj.pnzgu.ru> (In Russian).