

УДК 37.013.75

КРАУДСОРСИНГ КАК ОДИН ИЗ ИНСТРУМЕНТОВ СОЦИАЛИЗАЦИИ ФОРМАЛЬНОГО И НЕФОРМАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Жидкова О.Н.

*ФГБОУ ВПО «Московский государственный университет экономики, статистики
и информатики (МЭСИ)», Москва, e-mail: zhidkova73@mail.ru*

Высшее образование сталкивается с двойной задачей: сократить расходы и улучшить качество результатов обучения за счет более быстрых темпов выпуска специалистов. Эти проблемы могут быть удовлетворены за счет персонализированной системы обучения (PLS), которая использует методы успешных учебных проектов. На основе теории социального обучения, PLS сочетает в себе динамическое меню, отслеживающее искусство работы с отдельными темами с интерфейсом социальной связи, которое соединяет людей, желающих получить знания с людьми, предоставляющими эти знания. Поколение контента, базирующегося на краудсорсинге и на этих связях, хранится в библиотеке, доступной в то время, когда менторы не доступны в режиме реального времени. Качество сгенерированного и сохраненного контента проверяется относительно последующей производительности потребителя знаний, чья производительность создает признание для поставщика знаний в общественном рейтинге, представленном в игровой форме.

Ключевые слова: краудсорсинг, социальный, персонализированный, внутренняя мотивация, сообщество, социальная включенность

CROUDSOURCING AS ONE OF THE TOOLS FOR SOCIALIZATION OF FORMAL AND INFORMAL EDUCATION

Zhidkova O.N.

*FSEI HPE «Moscow State University of Economics, Statistics and Informatics (MESI)»,
Moscow, e-mail: zhidkova73@mail.ru*

Higher education faces dual challenges to reduce expenditures and improve learning outcomes through faster graduation rates. These challenges can be met through a personalized learning system (PLS) that employs techniques from previous successful instructional designs. Based on social learning theory, the PLS combines a dynamic menu that tracks individual topic mastery with a social communication interface that connects knowledge-seekers with knowledge-providers. The crowdsourced generation of content from these connections is stored in a library for availability when live mentors are unavailable. The quality of the generated stored content is vetted against subsequent performance by knowledge-seekers whose performance creates recognition for knowledge-providers in a game-like public rating scheme.

Keywords: crowdsourcing, social, personalized, intrinsic motivation, community, social inclusion

Ответ образования на вызовы социокультурного развития рассматривается в плоскости, определяемой парадигмами «образование, длиною в жизнь» (lifelong learning) и «образование, шириною в жизнь» (lifewide learning), что предполагает не только непрерывность процесса обучения, но и принципиальное разнообразие его форм: формальное и неформальное, осуществляемое вне образовательных учреждений и обычно не ведущее к сертификации, но в тоже время системное, целенаправленное, технологичное и результативное. Проблемой является поиск адекватных вызовам эффективных моделей, форм и технологий практической реализации неформального образования.

Одной из эффективных инновационных моделей построения формального и неформального образования может стать краудсорсинг (crowdsourcing) – сетевая организация работы сообщества над какой-либо задачей ради достижения общих благ; практика получения необходимых услуг, идей или контента путем просьб о содействии, обращенных к группам людей. Существен-

но важно, что феномен неформального образования порожден теми же переменными, происходящими на антропологическом, культурном, социальном и технологическом уровнях, что и феномены краудсорсинга, «совместного создания благ» (co-creation) и «генерируемого пользователями контента» (user-generated content), которые являются базовыми для экономики информационного общества и современного уровня развития Интернета, определяемого как «Веб 2.0». Краудсорсинг сегодня – важнейший инструмент социализации в условиях перехода от традиционных обществ (society) к сетевым сообществам (community). Количество успешных практических проектов, использующих краудсорсинг в самых разных областях, постоянно растет. Некоторые успешные примеры можно найти на сайтах «Теплицы социальных технологий» (te-st.ru) и Федеральной сети городских порталов (citycelebrity.ru), реализующий проект «Россия – страна краудсорсинга».

Однако ресурсы сетевых сообществ ограничены невысоким уровнем профессионализма и необязательностью, что не по-

звolyает использовать их в качестве серьезного инструмента экономики и политики.

Интеллектуальный багаж и креативность участников бизнес-процессов становятся сегодня залогом конкурентоспособности компаний, однако в формализованном представлении знаний не учитываются неявные знания сотрудников и их связи.

В 2006 году Джеф Хау впервые использовал термин краудсорсинг (от английского crowd – «толпа») для обозначения сетевых технологий, позволяющих привлекать пользователей Сети («народных экспертов») к решению каких-либо задач. В своей статье, опубликованной в журнале Wired, Хау ссылался на высказывание одного из руководителей компании Procter & Gamble, что, в отличие от аутсорсинга, который не сильно отличается от обычного найма, краудсорсинг состоит в привлечение людей извне и их участия в творческом совместном процессе на принципах открытого входа (Open Call).

Платформой для краудсорсинговых проектов являются социальные сети, способные практически мгновенно обеспечить массовое участие в любом начинании [2]. Однако в большинстве случаев основным ограничением краудсорсинговых проектов является их же достоинство – неорганизованное и непрофессиональное сообщество людей. Правда, это ограничение нельзя считать недостатком, если решается задача получения обратной связи от максимально широкой аудитории. Имеются краудсорсинговые проекты, объединяющие специалистов в узкой области знаний. Такие проекты по своей организации мало чем отличаются от коммерческих проектов, которые прямо финансируются поставщиками или провайдерами рекламы. Именно поэтому продукт, разработанный в рамках краудсорсинговых проектов, не может вытеснить с рынка коммерческий лицензионный продукт — в лучшем случае оказывает конкуренцию проприетарным продуктам.

Можно сказать, что основным отличием краудсорсинга является то, что он используется корпоративным сектором или государством для выявления мнений или реализации масштабных проектов за счет энтузиазма части населения. Парадоксально, но творческая работа внутри корпораций и исследовательская деятельность в научных учреждениях менее всего опираются на современные возможности глобальных коммуникаций. В корпорациях она, как правило, остается незамеченной на фоне автоматизации финансовой деятельности и бизнес-процессов, а в науке средства коммуникаций ограничены электронной почтой, публикации по-прежнему идут

в бумажной форме, и как следствие, подготовка статей к изданию занимает больше времени, чем их написание. В литературе использование сетевых средств коллективной работы Web 2.0 в исследовательских сообществах получило название Science 2.0 («Наука 2.0»). Один из теоретиков этого направления Бен Шнейдерман писал: «Наука 1.0» по-прежнему будет важна, но именно «Наука 2.0» даст возможность исследовать комплексные междисциплинарные проблемы» [6]. Пока же мир еще далек от реализации идей Шнейдермана, хотя именно экспертные сети могут стать технологией существования Science 2.0.

Предположим, что университет решил создать новый продукт – курсы повышения квалификации руководителей ИТ-служб. Новая учебная программа предполагает участие как профессиональных преподавателей, так и практиков в конкретных областях. Сформировав весь пакет требований к выступающим, заказчик направляет требования в экспертную сеть, получая подтверждение и список конкретных экспертов либо отказ, если условия не удовлетворили необходимое число участников.

Можно привести еще множество примеров автоматизации организационной, научной, методической, проектной или образовательной деятельности, но это будущее, а пока каждый инвестиционный фонд ведет свои списки экспертов; университеты приглашают преподавателей из других вузов, опираясь на случайную информацию; кадровые агентства формируют банки данных кандидатов из тех специалистов, кто к ним обратился лично.

Помимо стандартных возможностей контактов с коллегами, экспертная сеть должна предоставлять единые информационные сервисы, необходимые при работе в данной конкретной отрасли. В первую очередь это удобный облачный сервис публикации научных работ, предполагающий автоматическое оформление статьи или отчета в соответствии с универсальным стандартом, который может быть легко изменен для конкретного журнала или конференции. Многие из подобных сервисов уже предоставляются провайдерами облачных сервисов, но пока рассчитаны на широкую аудиторию и мало функциональны. Экспертная сеть должна давать бесплатный доступ к информационным базам публикаций, оцифрованных для возможности чтения в виде электронных книг. Электронные книги и статьи должны позволять легко сохранять цитаты и ссылки на них, которые могут быть использованы, в том числе и для цитирования.

Основным сервисом экспертной сети должна стать услуга ранжирования профессионалов. Рейтинг является общественной оценкой уровня профессионализма эксперта и поэтому должен иметь официальный статус, что требует государственной поддержки самих сетей. Де-факто по принципу экспертных сетей сейчас организована наука: ученые степени присуждаются самим сообществом, но верифицируются государством в лице ВАК, а рейтинг профессионалов оценивается, например, по индексу цитируемости.

Экспертные сети имеют особые характеристики и, в отличие от социальных сетей и корпоративных информационных систем, должны поддерживаться национальными правительствами, поскольку являются частью системы автоматизации научной и образовательной деятельности, и уже на основе государственной поддержки должны подчиняться международным структурам.

Образовательный потенциал краудсорсинга реализуется, например, в Wikipedia и лежит в основе образовательного проекта Duolingo (duolingo.com), в котором органически сочетается изучение иностранных языков с переводом реальных текстов, востребованных сетевым сообществом и не являющихся только учебными [3]. Современная система образования все активнее использует информационные технологии и компьютерные телекоммуникации [1]. Образовательный краудсорсинг, основанный на инновационных экономических моделях, способен на основе краудфандинга (народного финансирования, crowd funding) обеспечить относительно устойчивое функционирование образовательных сообществ, преодолевая крайности как чреватого безответственностью неосновательного энтузиазма, так и грозящего формализаций внешнего заказного финансирования.

Образовательный краудсорсинг, реализуемый на основе современных информационных и коммуникационных технологий предполагает на выходе учебного процесса получение законченного общественно востребованного продукта. Для образования взрослых это открывает возможности продуктивной деятельности в самом процессе образования и в наибольшей степени соответствует биологическому и социальному статусу зрелого организма и полноправного члена общества, для которого свойственно несколько ироничное отношение к собственной исключительно учебной деятельности [4].

Он обеспечивает новую систему оценки учебных достижений на основе внешне-

го прозрачного образовательного контроля сообщества, что, в свою очередь, облегчает как признание (валидацию) результатов полученного образования, так и ответственность обучаемого.

Образовательный краудсорсинг открывает для обучаемых путь к социализации в высокотехнологичных сетевых многоязыковых сообществах, что является незаменимым компонентом современного образования. Как в традиционном обществе образование играет главную роль при вхождении человека в профессиональную среду, так в сетевых сообществах оно призвано стать решающим фактором его «социальной включенности» (social inclusion). Педагогическим кадрам образовательный краудсорсинг позволяет освоиться в новой социальности «детей цифровой эры» [5]. Он органично интегрируется в решении образовательных задач с учреждениями формального образования посредством создания открытых университетов, дистанционных курсов и т.п., а также содержит в себе огромный воспитательный потенциал, в полной мере соответствующий современной социокультурной ситуации, утверждающий на личном примере самоценность образования и дающий надежду на преодоление тенденции консьюмеризации образования.

Чем образовательный краудсорсинг может быть выгоден? Позволю себе поделиться собственным опытом. В качестве академического поручения (с целью повышения экзаменационной отметки, как же иначе) студенты могут изготовить статью в Википедии (название предлагается преподавателем или согласовывается с ним). Статья засчитывается, если одобрена вики-сообществом и без радикальных правок «провисит» в Википедии не менее месяца. В результате студент получает немало знаний и навыков не только в предметной области, но и в словарной работе, информационных технологиях и создает реальный продукт, обладающий социальной значимостью (это не реферат, который никому не нужен) и получающий независимое от мнения преподавателя общественное признание. Преподавателю при этом вообще не надо ничего проверять (экономия времени), за него это сделает вики-сообщество (на высшем уровне объективности, строгости и справедливости). Стоит отметить, что среди студентов всегда находятся те, которые становятся постоянными авторами Википедии уже безотносительно к отметкам, учебным курсам и т.п.

Подобная «студенческая» модель признания образовательной деятельности, на-

верное, может быть модифицирована для системы аттестации деятельности педагогов. В плане оценки сообществом ценности труда конкретного индивида так, чтобы отзывы коллег могли служить индикатором для комиссии. Также, можно вести оценку по числу «лайков», полученных на публикацию.

Для успеха совместной проектной деятельности в *www* актуальна «направляемая самоорганизация», которую сначала нередко задают обязательные курсы вузов. Сотрудники этих учреждений приводят студентов на определённую площадку во всемирной паутине, формируют сетевое сообщество на этой площадке, выкладывают источники по курсу, ставят вопросы. Этот первичный импульс запускает самоорганизацию учащихся в образовательной среде. А далее формальная мотивация может перейти в неформальную, если учащийся продолжит действия уже по внутренним побуждениям. Если на сайте сетевых сообществ правильно сочетать организацию сверху с самоорганизацией снизу, формальные действия с неформальными, то «текучесть кадров» можно снизить.

Мир сейчас находится на таком этапе, когда современные коммуникационные воз-

можности позволяют людям формировать новые социальные конфигурации. Если этими процессами не управлять, то они могут сами стихийно управлять обществом, как это показали революции в странах третьего мира. Энергия масс, организованная в социальные сети, способна на многое в политической жизни, а организованное знание представляет собой более мощную силу, чем сила толпы.

Список литературы

1. Арефьева Т.С. Использование вебинаров в изучении иностранных языков // *Международный журнал экспериментального образования*. – 2013. – №7. – С. 18-19
2. Герасименко Т.Л., Грубин И.В., Гулая Т.М., Жидкова О.Н., Романова С.А. Smart-технологии (вебинар и социальные сети) в преподавании иностранного языка в неязыковом вузе // *Экономика, статистика и информатика: Вестник УМО*. – 2012. – № 5. – С. 9-12.
3. Герасименко, Т.Л., Грубин И.В., Гулая Т.М., Жидкова О.Н., Романова С.А. Развитие языковой компетенции у студентов неязыкового вуза с помощью smart-технологий // *Экономика, статистика и информатика: Вестник УМО*. – 2013. – № 1. – С. 3-6.
4. Нисилевич А.Б., Стрижова Е.В. Инновационные технологии преподавания в высшей школе // *Экономика, статистика и информатика: Вестник УМО*. – 2013. – № 3. – С. 3-5.
5. Палфри Дж. Дети цифровой эры / Дж. Палфри, У. Гассер. – М.: Эксмо, 2011. – С. 368.
6. Shneiderman B. *Science 2.0* // *Science*, March 2008, Vol. 319, No 7, P.1349-1350.