

Лещук Галина Василівна

кандидат педагогічних наук, доцент

доцент кафедри соціальної педагогіки і соціальної роботи

Тернопільський національний педагогічний університет імені Володимира Гнатюка, м. Тернопіль, Україна

РЕАЛІЗАЦІЯ СОЦІАЛЬНИХ ІНІЦІАТИВ ЗАСОБАМИ ІННОВАЦІЙНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

У статті проаналізовано інноваційні інформаційні технології як засоби реалізації соціальних ініціатив і проектів. Розглянуто краудсорсинг як технологію інтелектуальної співпраці людей, поєднаних соціальними мережами, спрямовану на спільне створення інтелектуального продукту, мережеву інтеграцію знань великої кількості осіб. Охарактеризовано краудфандинг як певний спосіб збору коштів на благодійні цілі, соціальні проекти та суспільно значущі комерційні стартапи.

Ключові слова: соціальна ініціатива, краудфандинг, краудсорсинг, інновація, інформаційні технології.

Вступ. Сучасна соціальна політика, базована на принципах утвердження соціальної справедливості, соціального захисту, недоторканності особистих прав і свобод, гуманізму, одним із ключових завдань визначає орієнтацію на реалізацію людського потенціалу та його активізацію.

У суспільстві отримує все більш широке поширення така форма громадянської активності особистості як соціальна ініціатива. Соціальні ініціативи – це ідеї, спрямовані на вирішення актуальних соціальних проблем. У різних проявах соціальні ініціативи використовуються некомерційними організаціями та окремими громадянами. Пошук ресурсів для підтримки та реалізації соціальних ініціатив, предствлених у формі соціальних проектів, відносно недавно оформився у цілеспрямовану діяльність, яка отримала назву «фандрайзинг». Таким чином, діяльність, яка існувала упродовж століть у формі благодійності, філантропії, доброчинності, отримала нове втілення, набула актуального звучання і знаходиться в перманентному пошуку шляхів і засобів адаптації до сучасних умов інформаційного суспільства. Краудфандинг і краудсорсинг є відображенням тенденцій до максимального використання новітніх інформаційних технологій у всіх сферах суспільної активності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивченню сучасного стану та перспектив розвитку фандрайзингу, його теоретичних та практичних аспектів присвячено праці вітчизняних та зарубіжних учених А.Дж. Дугласа, Дж.Фленегана, О.Возного, О.Комаровського, С.Куц, А.Соколової, О.Шниркова, О.Чернявської. Краудфандинг і краудсорсинг як новітні форми реалізації соціальних ініціатив проаналізовано у дослідженнях Т.Башлера, Дж.Сіга, Дж.Хау, І.Васильчука, П.Книша, І.Косулі, О.Марченко та інших.

Мета статті полягає у дослідженні можливостей краудфандингу та краудсорсингу в реалізації соціальних ініціатив.

Виклад основного матеріалу У зв'язку з розвитком Інтернету, глибоким проникненням інформаційних технологій у суспільне життя, підвищенням їх доступності та технічної зрілості, почали з'являтися нові, унікальні форми соціально-інформаційних технологій, до яких можна віднести краудсорсинг та краудфандинг.

Краудсорсинг – це технологія інтелектуальної співпраці людей, які поєднані соціальними мережами, спрямована на сумісне створення інтелектуального продукту, мережеву інтеграцію знань великої кількості осіб. Це інтелектуальна взаємодія, яка не має територіальних, корпоративних, професійних, соціальних, культурних та інших обмежень [1]. Сутність краудсорсингу повністю відповідає сутності мережевого або інформаційного суспільства.

Краудсорсинг дозволяє вирішувати існуючі проблеми

ми сторін завдяки участі широких верств населення з різними особистісними та професійними знаннями. При цьому в процесі спілкування генеруються ідеї та пропозиції, обговорення в загальному підсумку формують банк ідей, який може бути використаний організаторами як стартовий майданчик при розробці інновацій.

Таким чином, краудсорсинг – це інноваційний спосіб досягнення мети з найменшими затратами за рахунок використання сучасного двостороннього супутникового каналу зв'язку (Інтернет) і об'єднання інтелектуального потенціалу великої кількості людей, спрямованого на поліпшення ефективності та підвищення дохідності різних проектів, який дає змогу за короткий проміжок часу породжувати велику кількість ідей, здійснювати аналітику і приймати рішення про доцільність впровадження тієї чи іншої ідеї.

До **видів краудсорсингу** відносять: – краудстро-мінг (передбачає генерацію та обговорення нових ідей); – краудрекрутинг (забезпечує установу чи службу необхідними їй трудовими ресурсами шляхом пошуку персоналу у соціальних мережах); – краудголосування (передбачає просте голосування за різні варіанти запропонованих рішень, без обґрунтування свого вибору чи пропозицій інших варіантів); – краудфандинг (соціальна технологія колективного фінансування, заснована на добровільних пожертвах).

До **основних характеристик краудсорсингу** можна віднести такі: – спільна творчість у колективних проєктах; – доступ до зовнішніх ресурсів, які не належать компанії; – залучення кваліфікованих фахівців, експертів у своїй справі; – свобода творчості в межах поставленого завдання; – нематеріальна і матеріальна мотивація учасників краудсорсингових проєктів; – добровільна участь у краудсорсингових проєктах; – наявність єдиної краудсорсингової платформи з використанням інформаційних і комунікаційних технологій; – створення сприятливої атмосфери для розвитку креативних і комунікаційних здібностей учасників краудсорсингових проєктів; – обмін ідеями, інформацією, знаннями з міждисциплінарних областей; – залучення професіоналів, які працюють в економічній, соціальній, культурній, юридичній, науково-технічній та інших сферах [2].

Краудфандинг являє собою Інтернет-технологію і певний принцип збору коштів на благодійні цілі, соціальні проєкти та суспільно значущі комерційні стартапи (інноваційні бізнес-проєкти).

Щодо самого поняття «краудфандинг», то слід визнати відсутність уніфікованого визначення з огляду на багатоаспектність діяльності, прихованої під цим терміном. Найчастіше краудфандингом називають колективну співпрацю людей, які добровільно об'єднують свої фінансові або інші ресурси (переважно за допомогою Інтернет-технологій), щоб підтримати зусилля інших людей або організацій. Фінансові ресурси залучають-

ся з метою створення продукту або послуги, допомоги нужденним, проведення заходів, підтримки акцій чи приватних осіб. Краудфандинг є одним з різновидів краудсорсингу.

У розвитку краудфандингу ключову роль відіграють соціальні мережі, які й стали передумовою для його появи. У соціальних спільнотах, створених за допомогою соціальних мереж, відбувається постійний обмін інформацією, що створює сприятливу можливість для появи необхідного контенту в сфері благодійності, його поширення та обговорення. Соціальні мережі шляхом швидкого поширення інформації мають можливість мобілізації величезної кількості людських ресурсів в найкоротші терміни з метою вирішення будь-якої соціальної проблеми. Таким чином, вони створюють соціальний капітал, який краудфандингові платформи дозволяють перетворювати в фінансовий.

Інтернет-сайти та соціальні мережі, які використовуються для популяризації краудфандингових проєктів і залучення інвесторів, є унікальним феноменом, оскільки завдяки їм відбувається трансформація накопиченого соціального капіталу у фінансовий капітал. Використовувати краудфандингові платформи можна і для реалізації наукових проєктів та розробок. Краудфандинг характеризується багатосуб'єктністю, мікрофінансуванням, глобальним простором соціального фінансування, мережним принципом організації, економічністю [3].

Механізм краудфандингу досить простий і зручний як для донорів, так і для бажаючих отримати допомогу. Ініціатори соціального проєкту публікують його на краудфандинговому майданчику з усією необхідною інформацією та додатковими матеріалами. Ключовими відомостями про проєкт є його мета і завдання, необхідна сума і термін її збору. Якщо проєкт набирає необхідну суму, то авторам залишається тільки вивести її з рахунку, віддячити спонсорам і реалізувати проєкт. Залежно від краудплатформи можна вивести кошти, якщо проєкт повністю зібрав зазначену суму, або забрати перераховані гроші, навіть якщо вся сума і не була зібрана.

Як і краудсорсинг, краудфандинг може застосовуватися в будь-яких сферах: від суто комерційних до культурних, творчих і політичних проєктів. Всього у світі налічується понад 1000 краудфандингових платформ різної спрямованості, більшість з яких знаходяться в

США – 41%, у Франції – 9%, у Німеччині – 7%. Найбільш популярна сфера краудфандингу на Заході – бізнес і підприємництво. У 2014 р. на ці цілі було залучено 6,7 млрд. доларів (41,3% всього обсягу [4, с.53].

Українські краудфандингові платформи (Українська біржа благодійності, Спільнокошт (Велика ідея), Фонд Кличко, Таблеточки, Startrazom тощо) найчастіше організовані за західними зразками, однак більше зорієнтовані на гуманітарні, соціальні, екологічні проєкти, вартість яких порівняно невелика. Українці більше схильні давати кошти на благодійні справи, а не на бізнесові, освітні та культурні проєкти. Таким чином, більшість краудфандингових проєктів в Україні є соціальними.

Таким чином, краудфандинг можна розділити на види в залежності від мети соціальних проєктів: 1. Благодійні та соціальні проєкти, спрямовані на надання допомоги нужденним. 2. Креативні проєкти, пов'язані з фінансуванням творчих та мистецьких ідей і проєктів. 3. Політичні та громадські проєкти, які акумулюють кошти у сфері громадянських ініціатив. 4. Бізнес-проєкти залучають ресурси для нових продуктів, стартапів та інноваційних технологій.

Краудфандинг в Україні розвивається дуже активно, однак на шляху його розвитку постає низка перешкод: – відсутність законодавства, що регулює краудфандинг як окремий вид діяльності (відповідно, в одержувача коштів можуть виникнути складнощі з оподаткуванням і різними формальностями); – обмежені можливості для легкого й швидкого переказу коштів через Інтернет; – слабкий розвиток краудфандингу в бізнесі через низький рівень довіри тощо [5].

Висновки. Активний розвиток інформаційних технологій, які проникають в усі сфери суспільного життя, дозволяє значною мірою оптимізувати наявні інформаційних ресурсів та ангажувати їх до вирішення актуальних соціальних проблем. Поява краудсорсингу та краудфандингу підняла на новий рівень використання соціальних мереж, перетворивши їх із розважального ресурсу у інструмент реалізації соціальних ініціатив і проєктів. Оперативність, мобільність, можливість залучення великої кількості учасників без значних затрат – специфічні ознаки сучасних інформаційних технологій, які відображають соціальні зміни і відповідають новим вимогам часу.

Список використаної літератури

1. Душина М.О. Методы сетевой коммуникации в цифтальном обществе: бенчмаркинг, краудсорсинг, краудфандинг / М. О. Душина // Социология науки и технологий. – 2014. – Том 5. – С. 111.
2. Короблинова И.А. Краудсорсинг в деятельности современных компаний: теоретико-методологический аспект / И.А.Короблинова [Электронный ресурс] // Universum: Экономика и юриспруденция. – 2014. – № 1 (2). Режим доступа: <http://7universum.com/ru/economy/archive/item/823>. – Загол. з екрану.
3. Марченко О.С. Краудфандинг: соціально-економічний зміст та види / О.С.Марченко // Вісник національного університету «Юридична академія України імені Ярослава Мудрого». – № 4(15). – 2013. – С. 26-35.
4. Кулишова А.В. Роль краудфандинга в инновационной деятельности / А.В.Кулишова, А.А. Крюкова // Academy. – 2016. – № 1(4). – С.52-57.
5. Косуля І.Ю. Краудсорсинг та краудфандинг: нові поняття чи нові феномени? / І.Ю.Косуля // Методологія, теорія та практика соціологічного аналізу сучасного суспільства. – 2014. – Вип. 20. – С. 267-271.

Стаття надійшла до редакції 14.04.2017 р.

Лещук Галина

кандидат педагогических наук, доцент
доцент кафедры социальной педагогики и социальной работы
Тернопольский национальный педагогический университет имени Владимира Гнатюка, г.Тернополь,
Украина

РЕАЛИЗАЦИЯ СОЦИАЛЬНЫХ ИНИЦИАТИВ СРЕДСТВАМИ ИННОВАЦИОННЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

В статье проанализированы инновационные информационные технологии как средства реализации социальных инициатив и проектов. Краудсорсинг рассмотрен как технология сотрудничества людей,

объединенных социальными сетями, направленная на совместное создание интеллектуального продукта, сетевую интеграцию знаний. Представлена характеристика краудфандинга как способа сбора финансовых средств на благотворительные цели, социальные проекты и общественно значимые коммерческие стартапы.

Ключевые слова: социальная инициатива, краудфандинг, краудсорсинг, инновация, информационные технологии.

Leshchuk Halyna

Candidate of Pedagogical Sciences, Ph.D., Associate Professor

Department of Social Pedagogy and Social Work

Ternopil National Pedagogical University named after Volodymyr Hnatiuk

Ternopil, Ukraine

REALIZATION OF SOCIAL INCENTIVES BY IMPLEMENTING INNOVATIVE INSTITUTIONAL TECHNOLOGIES

The article analyzes innovative information technology as a means of implementing social initiatives and projects. Crowdfunding and crowdsourcing are a reflection of trends to maximize the use of new information technologies in all spheres of public activity. Crowdsourcing is considered as technology, intellectual collaboration of people, connected by social networks, aimed at creating a common intellectual products, network integration knowledge of a large number of persons. Types of crowdsourcing have been disclosed: crowd storming (generation of new ideas and commentary); crowd recruiting (selection of human resources for institutions by recruiting social media); crowd voting (vote on various options proposed solutions, without the justification of their choice or offering other options); crowdfunding.

Key words: social initiative, crowdfunding, crowdsourcing, innovation, information technologies.