

## **PLAYBOUR И PROSUMER – ЧТО ОТРАЖАЮТ ЭТИ НОВЫЕ ТЕРМИНЫ В ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ?**

**Д.А. Богданова**

*Федеральный исследовательский центр «Информатика и Управление» Российской академии наук, 119333, Вавилова, д.44, кор.2, г. Москва, Российская Федерация, [d.a.bogdanova@mail.ru](mailto:d.a.bogdanova@mail.ru)*

Все большее число молодых людей активно действуют в цифровой среде, принося свой вклад в самых разных формах, от сотрудничества в интерактивных играх до творческого самовыражения в социальных сетях. Взаимодействие молодежи с цифровыми технологиями, рассматриваемое сквозь призму цифровой экономики, представляет большой интерес для исследователей и педагогов. Это методы и мотивация, навыки и способы создания продукта в процессе взаимодействия с цифровой средой в условиях, когда границы между коммерческим и личным, между работой и игрой размываются. При этом большинство используемых платформ и сервисов являются коммерческими площадками, ориентированными на получение прибыли. Платформы и службы собирают, агрегируют и анализируют огромные объемы данных, которые молодежь генерирует о себе (и, во многих случаях, о своих друзьях и связях), перемещаясь по онлайн-средам. Этот процесс превращает молодых людей и их данные в нечто, что можно проанализировать в маркетинговых целях и продать рекламодателям. Таким образом, онлайн-платформы имеют парадоксальные и противоречивые отношения с молодежью, которые формируются логикой бизнес-модели, основанной на данных.

**Ключевые слова.** Цифровая экономика; prosumer; playbour; брокеры данных; цифровые платформы.

## **PLAYBOUR AND PROSUMER - WHAT DO THESE NEW TERMS REFLECT IN THE DIGITAL ECONOMY?**

**D.A. Bogdanova**

*Federal Research Center «Computer Science and control»  
of the Russian academy of sciences, Moscow, [d.a.bogdanova@mail.ru](mailto:d.a.bogdanova@mail.ru)*

A growing number of young people are active in the digital environment, contributing in a variety of ways, from collaboration in interactive games to creative expression on social media. The interaction of youth with digital technologies, viewed through the lens of the digital economy, is of a great interest to researchers. These are methods and motivation, skills and ways of creating a product in the process of interacting with the digital environment in an environment where the boundaries between commercial and personal, between work and play are blurring. Moreover, most of the platforms and services used are commercial platforms aimed at making a profit. Platforms and services collect, aggregate

and analyze the vast amounts of data that young people generate about themselves (and, in many cases, their friends and connections) as they navigate online environments. This process turns young people and their data into something that can be analyzed for marketing purposes and sold to advertisers. In other words, online platforms have a paradoxical and contradictory relationship with youth that is shaped by the logic of a data-driven business model.

**Key words:** Digital economy; prosumer; playbour; data brokers; digital platforms.

**Введение.** Цифровые технологии активно влияют на жизнь молодежи. Все большее число молодых людей активно действуют в цифровой среде, принося свой вклад в самых разных формах, от сотрудничества в интерактивных играх до творческого самовыражения в социальных сетях. Взаимодействие молодежи с цифровыми технологиями, рассматриваемое сквозь призму цифровой экономики, представляет большой интерес для исследователей. Это методы и мотивация, навыки и способы создания продукта в процессе взаимодействия с цифровой средой в условиях, когда границы между коммерческим и личным, между работой и игрой размываются.

**Методология исследования.** Рассмотрены зарубежные и российские публикации, посвященные исследуемой проблеме.

**Результаты и их обсуждение.** Сферы жизни, которые ранее существовали как независимые, теперь меняют свое местоположение, поскольку онлайн занятия нередко сочетают в себе не только элементы игры и развлечения, но и работы. В английском языке даже возникли новые термины: «playbour» – сочетание игры (play) и работы (labour) и «prosumer» – сочетание создателя (producer) и потребителя (consumer), для обозначения той деятельности, которой фанаты и игроки занимаются на цифровых платформах. Возникшему феномену посвящено значительное число зарубежных исследований, в России довольно много молодых людей активно стремится найти применение своим умениям в цифровой среде [1]. Для начала рассмотрим, какими видами деятельности занимается молодежь в цифровой среде, сочетая развлечение и работу.

**Ведение видео-блога.** Яркими примерами участия молодежи в цифровой экономике являются «звезды» YouTube, где технически и бизнес-подкованные молодые люди создают популярные личные бренды, создавая видеоролики о красоте и образе жизни, подчеркивая свою культурную и расовую специфику, эстетику, ценности и нормы. Имея тысячи, а иногда и миллионы зрителей и подписчиков, некоторые пользователи YouTube становятся влиятельными лицами, зарабатывающими немалые деньги, размещая стороннюю рекламу в

своим контентом или сотрудничая с компаниями по созданию видеороликов о конкретных продуктах и услугах.

**Письменное ведение блога.** Письменные блоги по-прежнему являются посещаемыми местами производства и потребления для молодежи как на личных веб-сайтах, так и на платформах социальных сетей, таких, например, как Tumblr. Учитывая эволюцию экосистем социальных сетей, блоги обычно работают в координации с каналами YouTube и Instagram, а также страницами Facebook. Распространенным примером молодежных блогов являются блоги о моде и стиле где молодые авторы собирают аудитории на основе определенных стилей. Помимо поддержания и расширения связей с читателями, они иногда получают доход за счет сотрудничества с известными модными брендами, которые спонсируют публикации о конкретных продуктах.

**Фотография/Искусство/Дизайн/Торговля.** Молодежь, увлеченная кулинарией, природой, модой, искусством и/или дизайном, также стала активным участником социальных сетей, публикуя изображения и фотографии своих увлечений в Интернете, собирая аудиторию подписчиков. Например, 17-летний Хосе из Перу начал свой путь с публикаций о веганском искусстве и еде. Следуя общей траектории, он позже расширил производство и распространение контента на другие платформы, такие как YouTube и Facebook, где продолжает строить отношения со своей аудиторией. Тринадцатилетняя Алина Морс из США начала свой путь в фуд-индустрии в 10 лет, когда стала вместе с отцом делать леденцы без сахара. Сегодня Zollipops продаются в тысячах магазинов страны, а объем продаж исчисляется миллионами долларов. В России зарегистрировано около 400 несовершеннолетних индивидуальных предпринимателей (ИП), примерно половина из них – моложе 17 лет.

**Музыка/Подкастинг.** В музыкальном секторе некоторым молодым авторам для своей оригинальной музыки удалось собрать на SoundCloud глобальную аудиторию слушателей, иногда исчисляемую тысячами. Эти молодые люди часто находят возможности для распространения своей музыки, выступлений в общественных местах и краудфандинга для производства своих альбомов. Музыкальные жанры, такие как «SoundCloud hip-hop» в США, baile funk в Бразилии и другие, в последние годы получили известность благодаря творческому обмену и общественным отношениям, которые развивает молодежь в Интернете. Например, группы молодых людей африканского происхождения из Колумбии и Бразилии, имеющих низкий доход, а также афроамериканская молодежь из США набирают популярность на

SoundCloud, загружая свои музыкальные треки, общаясь с другими артистами и связываясь с продюсерами и промоутерами онлайн [2].

**Программирование и «Модификация».** Другая категория – в большинстве своём, подростки – участвуют в цифровой экономике благодаря своей игровой культуре. Массовые многопользовательские онлайн-игры (ММОГ) предоставляют не только виртуальный мир, в котором игроки участвуют в различных приключениях, но также виртуальные студии и рынки, где можно создавать новые программные продукты, тестировать и продавать свои собственные игры. Более того, квалифицированные подростки занимаются «моддингом», то есть, практикой преобразования существующих коммерческих видеоигр и разработкой дополнительного контента для общественного потребления. Таким образом, «моддеры» могут заработать себе репутацию опытных дизайнеров игр, надеясь, что в конечном итоге они получают работу в профессиональной игровой индустрии [3].

Известно, что относительно небольшое число молодых людей активно публикуют контент и прилагают значительные усилия, а иногда привлекают и средства в создание больших проектов в интернете. Однако независимо от того, насколько значительным является их вклад, участие молодежи в интернете способствовало созданию новой цифровой среды, более разнообразной с точки зрения мнений, взглядов и информации. Разнообразие в свою очередь позволяет людям получить доступ к более широкому кругу точек зрения, что дает возможность пользователям разного возраста общаться на основе многообразия идей и творческих подходов. Это также стимулирует участие в общественных обсуждениях и решении вопросов с более широкой культурной точки зрения. Разнообразие произведений искусства и литературы, различные образы жизни, а также разные языки, системы ценностей, традиции и верования в определенном смысле делают жизнь более интересной по сравнению с миром, полным ограничений на творчество и самовыражение. Еще одно важное последствие зарождающейся цифровой экономики – это то значительное влияние, которое она уже оказала на молодежь и ее способность быть более предприимчивой и активной. Наличие творческих идей, соответствующих навыков и некоторого социального, культурного и финансового капитала во многих случаях может заложить основу для более значительных предпринимательских усилий.). Онлайн-платформы и сообщества стали тем пространством, где молодежь, особенно обладающая навыками цифровой грамотности и доступом к технологиям, может участвовать в

создании информации, приобретая навыки культуры сотрудничества, устанавливая новые и развивая существующие связи [4].

При этом следует особо отметить, что большинство используемых платформ и сервисов являются коммерческими площадками, ориентированными на извлечение доходов. Как показывают исследования, категория молодых пользователей, о которых в данном случае идет речь, более ответственно относятся к защите конфиденциальности по сравнению с другими – сверстниками, родителями или учителями. Тем не менее, перемещаясь по онлайн-средам, они оставляют большое количество цифровых следов – огромные объемы данных о себе (и, во многих случаях, о своих друзьях и связях) [5]. Большинство самых популярных платформ принадлежат одним и тем же материнским компаниям, занимающимся экстенсивным сбором и обменом данными и сотрудничающих с брокерами данных и большими рекламными сетями. В результате молодые люди, если даже они не хотят делиться своими данными с этими платформами, не имеют альтернативных вариантов. Решение не делиться в большинстве случаев означало бы вообще отказаться от использования цифровых платформ и сервисов, но такой подход нельзя считать жизнеспособным, учитывая ту важную роль, которую они играют в жизни молодых людей «Работа с данными» является источником рекордных прибылей самых дорогих компаний в мире, а деятельность молодых людей – как источников данных – поддерживает цифровую экономику». Молодые люди растут погруженными в экосистему цифровой платформы, где они участвуют в различных платных и неоплачиваемых экономических транзакциях, потребляя и производя контент, одновременно подвергаясь воздействию интенсивного потока рекламы [6]. Иными словами, онлайн-платформы имеют парадоксальные и противоречивые отношения с молодежью, которые формируются логикой бизнес-модели, основанной на данных.

**Заключение.** Таким образом, с одной стороны, цифровая экосистема дает молодежи больше возможностей, предоставляя инструменты и пространства для реализации своей деятельности в качестве активных и творческих потребителей и производителей. В то же время корпоративные платформы превращают собранные данные, внимание, культуру, труд и творчество в товар для получения прибыли. Однако рассматривая молодежь как «уязвимых и невинных», нуждающихся в защите от рисков Интернета, следует принять во внимание те возможности, которые они создают для себя. Их работа делается и для удовольствия, и способствует развитию профессиональных навыков и навыков общения. Это своего рода их инвестиции в собственное

будущее. Кроме того, для многих молодых людей эти занятия являются творческой отдушиной и способом найти новых друзей со схожими интересами.

### **Библиографические ссылки**

1. Tanti M. The Labor of Creativity in Images of Networking Children // *Television & New Media*. 2014. URL: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.987.5244&rep=rep1&type=pdf> (date of access: 20.08.2020).

2. Zhang M., Wang D., Zhang X. YouTube Live and Twitch: A Tour of User-Generated Live Streaming System // The Ohio state University. URL: [http://web.cse.ohiostate.edu/~parthasarathy.2/CSE5245/YouTube%20Live%20and%20Twitch\\_MengxueZhang\\_DingkangWang\\_XianxingZhang.pdf](http://web.cse.ohiostate.edu/~parthasarathy.2/CSE5245/YouTube%20Live%20and%20Twitch_MengxueZhang_DingkangWang_XianxingZhang.pdf) (date of access: 20.08.2020).

3. Rainie L., Anderson J. The future of jobs and jobs training. Pew Research Center. 2017, May. <http://www.pewinternet.org/2017/05/03/the-future-of-jobs-and-jobs-training/> (date of access: 20.08.2020).

4. Kingsley S. C., Dr. Gray M. L. Matrix algebra: how to be human in a digital economy // MaryGray Twit. 2014, March 31. URL: <https://marylgray.org/2014/03/matrix-algebra-how-to-be-human-in-a-digital-economy/> (date of access: 20.08.2020).

5. Богданова Д.А. Социализация личности во всемирной паутине // *Народное образование*. 2018. № 1–2. С. 185–192.

6. Gasser U., Cortesy S. Digitally Connected: Global Perspectives on Youth and Digital Media // Berkman Center Research Publication. 2015, March 26. URL: <https://dash.harvard.edu/handle/1/16145970> (date of access: 20.08.2020).