

DOI: 10.19181/socjour.2023.29.3.4

EDN: FXAULC



Д.О. СТРЕБКОВ¹

¹ Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики».
101000, Мясницкая ул., д. 11, каб. 302.

САМОПРЕЗЕНТАЦИЯ И УСПЕХ НА ЦИФРОВЫХ ПЛАТФОРМАХ НА ПРИМЕРЕ РАБОЧИХ, ЗАНИМАЮЩИХСЯ СТРОИТЕЛЬСТВОМ И РЕМОНТОМ¹

Аннотация. Онлайн-платформы формируют высококонкурентную среду, где исполнителям приходится активно бороться за проекты и заказчиков, используя не только свои профессиональные знания и умения, но и специальные навыки самопрезентации и самоорганизации, чтобы повысить шансы на успех. Цель статьи — показать, как работники, занятые в сфере строительства и ремонта, представляют себя на платформе, как это влияет на их успешность. Данные, собранные методом веб-скрейпинга на российской платформе YouDo в 2023 г., позволяют утверждать, что акцент работников на профессионализме и предприимчивости положительно связан с количеством выполненных ими заданий. При этом мы не находим подтверждения того, что платформы способствуют эрозии ценности профессионализма и замене его на умение и мастерство, как утверждает Х. Понгратц. Люди, акцентирующие внимание на своем мастерстве, не получают значимых преимуществ по сравнению с другими пользователями.

Ключевые слова: гиг-экономика; онлайн-платформы; самозанятость; самопрезентация; профессионализм; мастерство; предприимчивость.

Для цитирования: Стребков Д.О. Самопрезентация и успех на цифровых платформах на примере рабочих, занимающихся строительством и ремонтом // Социологический журнал. 2023. Том 29. № 3. С. 70–92. DOI: 10.19181/socjour.2023.29.3.4 EDN: FXAULC

¹ Исследование осуществлено в рамках Программы фундаментальных исследований НИУ ВШЭ в 2023 г.

Автор выражает признательность аспиранту НИУ ВШЭ К. Уйсалу за ценные советы и рекомендации, позволившие существенно улучшить теоретическую рамку и концептуальную схему исследования.

Введение

Масштабная цифровизация хозяйственных процессов в последние годы и активное проникновение онлайн-платформ в различные сферы жизни привлекают внимание ученых по всему миру и способствуют появлению дебатов о «платформенной экономике» [5; 20], «гиг-экономике» [27] и «платформенном капитализме» [6; 12]. С одной стороны, звучат аргументы о том, что благодаря цифровым платформам расширяются возможности трудоустройства и происходит снижение транзакционных издержек на рынках труда [19], повышаются автономность и гибкость работников [15]. Однако, с другой стороны, ряд исследователей подчеркивают неудовлетворительные условия, в которые платформы ставят своих пользователей [18; 21], а самих работников относят к прекариату, то есть к людям с нестабильной, неустойчивой и незащищенной занятостью [11; 13].

В научной литературе предпринимаются попытки понять, какими способами платформы реорганизуют и трансформируют рынки труда [27]. Эта деятельность имеет свои особенности с точки зрения стратегий получения доходов, механизмов подбора и найма работников, рабочих процессов и управления эффективностью [25]. Инфраструктура платформ позволяет им управлять деятельностью работников с помощью алгоритмов и осуществлять контроль над их поведением [19; 26], ведь в идеале им нужны способные и хорошо работающие специалисты, чтобы привлекать внимание потенциальных заказчиков. Платформы могут проводить верификацию пользователей и сертификацию их навыков, применять специальные контрактные процедуры — «сделки без риска», обеспечивающие соблюдение сторонами условий договора, использовать систему отзывов и рейтингов и т. п. [9, с. 42].

В результате онлайн-платформы формируют высококонкурентную среду, где многочисленным исполнителям приходится практически постоянно, в режиме 24/7, бороться за проекты и заказчиков, используя не только свои профессиональные умения, но и специальные навыки самопрезентации и самоорганизации, чтобы повысить шансы на успех. Роль конкуренции хорошо изучена в литературе по платформенной занятости с точки зрения формирования цен на услуги специалистов [29], однако ее влияние на самопрезентацию работников рассматривается редко.

В настоящей работе мы исследуем, как конкуренция проявляется в самопрезентации гиг-работников², занимающихся строительством частных домов и ремонтом помещений. Строительство и ремонт являются одной из важных стратегических целей россиян, для достижения которой люди систематически откладывают сбережения и берут

² Специалистов, получающих заказы через онлайн-платформы, называют гиг-работниками (gig workers). Этот термин широко используется в зарубежной научной литературе. В настоящей статье, говоря об этих людях, мы также будем использовать слова «работники» и «рабочие».

кредиты, что фиксируется во многих опросах общественного мнения. Например, по данным Фонда «Общественное мнение», на протяжении 2021–2023 гг. от 14 до 21% россиян регулярно несут расходы на капитальный или текущий ремонт жилья, дома или дачи³. Из тех граждан, у кого есть сбережения, 16% откладывают деньги для ремонта квартиры или дома⁴. В гипотетической ситуации, если бы у них появились «лишние» 100 тыс. руб., которые можно не тратить на повседневные нужды, 22% опрошенных потратили бы их на ремонт (и это самый популярный ответ на данный вопрос)⁵.

Можно предположить, что большинство взрослых россиян так или иначе имеют опыт взаимодействия со строителями и ремонтниками и регулярно нуждаются в их помощи. Между тем эти работники часто предстают в весьма неприглядном виде в популярных кинофильмах и телепередачах как советского («Афоня», «Фонтан» и др.), так и постсоветского («Наша Russia») периода. Издававшийся во времена СССР сатирический журнал «Крокодил» изображал строителя, ремонтника или сантехника, как правило, в виде глупого, ленивого, сильно пьющего, корыстного и неопрятного человека [10]. Довольно трудно соотносить этот образ с современными пользователями онлайн-платформ. По крайней мере, кажется очевидным, что таким людям необходимы минимальные навыки работы с компьютером и мобильными приложениями, а также навыки самопрезентации и тайм-менеджмента. От них требуются умения составлять смету в электронном виде, работать со сложным оборудованием, нести ответственность за порчу материалов или возможные неисправности в будущем.

Новички, которые приходят на платформы и стремятся стать гиг-работниками, имеют примерно одинаковые шансы на успех, поскольку у них еще нет ни статуса, ни репутации. Потенциальным клиентам ничего о них неизвестно, кроме того, что они сами готовы сообщить о себе в профиле на своей персональной странице. Но некоторым из них все-таки удается стать настоящими «звездами», получать десятки и даже сотни онлайн-заказов, а другие довольствуются лишь единичными подработками либо вовсе остаются ни с чем. Мы попытаемся понять, каким же образом рабочие представляют себя, свои навыки и качества на онлайн-платформах и как эта самопрезентация связана с их экономическим успехом.

³ Измерение инфляционных ожиданий и потребительских настроений на основе опросов населения. Отчет по третьему опросу. Март 2023 г. Волна 121. ООО «инФОМ». С. 25 [электронный ресурс]. — URL: https://www.cbr.ru/Collection/Collection/File/43839/inFOM_23-03.pdf (дата обращения 13.07.2023).

⁴ Там же. С. 83.

⁵ Там же. С. 50.

Конкуренция и самопрезентация работников

Деятельность цифровых платформ в значительной степени нацелена на создание сетевых эффектов при формировании предложения и спроса на услуги пользователей [25, р. 78]. Это требует привлечения на платформы большого количества заказчиков и исполнителей, что, в свою очередь, способствует усилению конкуренции между работниками. Это характерно для специалистов, занятых как физическим [17], так и умственным [29] трудом. Наличие высокого уровня конкуренции на различных платформах хорошо отражено в недавнем отчете, опубликованном МОТ [25]. В соответствии с ним 86% гиг-работников хотели бы выполнять больше работы [25, р. 147]. В период с 2017 по 2021 г. предложение рабочей силы на платформах значительно увеличилось, в то время как спрос на рабочую силу оставался стабильным [25, р. 52]. В результате доля неактивных пользователей среди специалистов, зарегистрированных на пяти крупных платформах, составляет более 90% [25, р. 50].

Когда поиск работы на платформах становится все более и более проблематичным, работники вынуждены менять свое поведение и использовать различные инструменты для привлечения внимания клиентов. Например, эффективны высокий рейтинг и наличие положительных отзывов от предыдущих заказчиков [7], однако контроль гиг-работников над этими показателями ограничен. Чтобы стать более привлекательными для потенциальных клиентов, они могут сосредоточиться на формировании своего портфолио, подробном заполнении профиля на сайте и описании себя и своей деятельности.

Исследование Х. Понгратца, посвященное онлайн-платформам для фрилансеров, показывает, что самопрезентация работников постепенно смещается от профессионализма (professionalism) к мастерству (job proficiency) [22, р. 67]. Не существует механизмов прямого контроля того, насколько профессионально работник выполняет свою работу, и сами заказчики обычно не обладают необходимыми навыками и знаниями, чтобы судить о профессиональном уровне исполнителя. Поэтому, вместо того чтобы контролировать профессиональные стандарты и навыки, платформы стараются обеспечить большое количество работников и их доступность. Соответственно, важное значение приобретает мастерство, поскольку оно сочетает минимальный опыт для выполнения работы с доступностью и готовностью гибко подстраиваться под требования клиентов. Согласно Х. Понгратцу, хотя мастерство, безусловно, требует определенного уровня знаний и умений, оно противостоит профессионализму, поскольку акцентирует внимание на непосредственном выполнении работы тем или иным способом, а не на обладании образованием или сертификатами, которые обеспечивают выполнение работы в соответствии с установленными стандартами [18]. Таким образом, платформы дают клиентам возможность при-

обретать услуги гибкой, самообучаемой и самодостаточной рабочей силы [28, р. 15].

Отсутствие инструментов прямого контроля на платформах не только проявляется в акценте на личное мастерство и сноровку в труде вместо профессионализма, но и предполагает изменение субъектности работников, позиционирование их в качестве микропредприятий [16]. Таким образом, платформы подчеркивают автономию пользователей, побуждают их вести себя рационально и расчетливо как экономические агенты. В начале 2000-х гг. Х. Понгратц и Г. Фосс [23] ввели понятие «работник-предприниматель» (“*entreployee*”), указав на распространение предпринимательского мировоззрения в инновационных секторах экономики. Совсем недавно более целостную концептуализацию предпринимательской субъектности предпринял У. Брёклинг [14].

Платформенный труд в России

Несмотря на широкое распространение на российском рынке труда, платформенная занятость специалистов, занимающихся ручным и физическим трудом, до сих пор редко попадает в фокус внимания социологов. Тем не менее можно отметить работу коллектива авторов под руководством О. Синявской, где показано, что, по данным на 2022 г., 14,7% россиян в возрасте 18–72 лет имели опыт платформенной занятости, в том числе 11,6% делали это редко, эпизодически, 1,6% — регулярно, в дополнение к основной занятости, и для 1,6% работа через платформы являлась основным видом деятельности [4].

Ряд исследований посвящены труду фрилансеров (IT-специалистов, дизайнеров, копирайтеров, переводчиков и т. п.), чья работа является более интеллектуальной, творческой и, как правило, может выполняться удаленно [8; 9]. Между тем локализованный платформенный труд (такой как такси, доставка, ремонт, уборка и т. п.), предусматривающий прямое физическое взаимодействие контрагентов лицом к лицу, является отдельным сегментом гиг-экономики. Сервисные работники рассматриваются в научной литературе как часть нового рабочего класса наряду с промышленными рабочими. Их отличают прежде всего эмоциональный характер труда и включение клиента как третьего элемента в диаду работник — менеджер (роль последнего в данном случае выполняет онлайн-платформа). Соответственно, появляются новые основания для классовых противоречий и социальных конфликтов. «Требование почтительного отношения к клиентам в любой ситуации, постоянная угроза потери работы негативно влияют как на достоинство работника, так и на возможность сопротивления сложившимся условиям труда. Это приводит к тому, что работники противостоят не работодателю, который ставит их в такие условия, а клиенту с целью сохранить достоинство перед лицом избыточных или необоснованных запросов» [1, с. 88]. Люди часто выполняют свою работу непосредственно по месту жительства

заказчиков, а значит, им требуется больше внимания уделять навыкам коммуникации и самопрезентации, чтобы вызвать доверие и расположить к себе контрагента.

В России на данный момент существуют несколько десятков площадок, позволяющих заказчикам и исполнителям находить друг друга. Крупнейшие из них: Авито, Профи, YouDo, Ремонтник, Юла, Яндекс. Мастер. Для нашего исследования мы выбрали YouDo — популярную платформу, которая начала работать в 2012 г. Изначально ее пользователи могли заказывать только услуги по уборке помещений и курьерской доставке, но со временем число категорий расширилось до 16. Максимальное количество заданий опубликовано на сайте в 2019 г. (1,9 млн). Во время пандемии коронавируса (2020–2021 гг.) оно сократилось до 1,1–1,3 млн в год. Категория «ремонт и строительство дома» является самой востребованной на платформе: ежегодное количество проектов здесь составляет около 300–400 тыс.

Клиенты публикуют задания, выбирая нужную им услугу и описывая детали той проблемы, с которой они столкнулись, или специфику задачи, которую они хотят поручить исполнителям. Заинтересованные работники реагируют на эти объявления, оставляют встречные предложения для клиентов. Оплата может производиться как с помощью инструментов платформы, так и непосредственно наличными после выполнения заказа. Отвечать на объявления могут только те пользователи, у которых есть верифицированный аккаунт. До конца 2015 г. сервис брал с работников комиссию от 5 до 15% в зависимости от стоимости задания. С 2016 г. работники YouDo платят около 50 руб. за каждое предложение, поданное клиенту, и освобождаются от других комиссий. Но если клиент выбирает другого подрядчика, деньги не возвращаются. Таким образом, на YouDo связь между работниками и клиентами реализуется за счет прямого взаимодействия сторон, а не организуется платформой с помощью алгоритмов.

Простота регистрации на YouDo способствует привлечению большого числа работников. Платформа не требует от них каких-либо дипломов или сертификатов, подтверждающих профессиональное обучение или квалификацию. Чтобы начать работать, достаточно указать только имя, место жительства и контактную информацию.

Сбор данных и выборка

Для анализа работы платформы мы использовали стратегию смешанных методов (*mixed methods strategy*), сочетающую качественный и количественный анализы. Это позволило нам содержательно исследовать качественные данные, полученные из открытых профилей работников, а затем использовать количественные методы для оценки распространенности обнаруженных категорий и анализа взаимосвязей между различными переменными.

Данные собраны с сайта YouDo в марте 2023 г. методом веб-скрейпинга⁶ и содержат общедоступную информацию о профилях пользователей, включая основные демографические данные (пол, возраст, место жительства), некоторые ключевые характеристики работы (стаж регистрации на платформе, дата последнего посещения, количество выполненных заданий и предлагаемые задания по каждой из 16 категорий услуг, количество оставленных предложений на заявки, количество положительных и отрицательных отзывов и средний балл, полученный от контрагентов), наличие портфолио с примерами работ, а также текст самопрезентации, написанный работником⁷.

В марте 2023 г. на платформе YouDo было зарегистрировано около 11 120 000 пользователей, и у каждого имелся свой порядковый номер. Мы случайным образом выбрали 2% из них, взяв каждого 50-го. Некоторые пользователи (3,9%) были заблокированы администрацией или удалили свои профили. Таким образом, в полученной базе данных содержится информация о 213,8 тыс. человек. На YouDo пользователи изначально не делятся на работников и заказчиков, каждый из них может выступать поставщиком или потребителем услуг в разные моменты времени. Например, электрик может воспользоваться службой доставки еды, а уборщик может обратиться за помощью к специалисту по ремонту цифровой техники. В нашей выборке только 2,2% пользователей выполнили хотя бы одно задание на платформе, и 24,3% опубликовали свое задание. Наиболее популярными и востребованными видами деятельности являются курьерские услуги (33,3% от числа всех выполненных заданий), ремонт и строительство (21,5%), грузоперевозки (7,4%), виртуальная помощь (5,7%), уборка и помощь по хозяйству и дизайн (по 4,7%), установка и ремонт техники (4,5%).

Учитывая поставленные задачи, мы сформировали подвыборку пользователей, зарегистрированных на сайте не позднее 2022 г., предлагающих услуги по строительству и ремонту, которые откликнулись хотя бы на одно задание, оставленное заказчиками. Данная подвыборка включает 2904 работника, из которых только пятая часть (587 человек) выполнили за все время хотя бы одну оплачиваемую работу на платформе, а остальные не смогли этого сделать. Раздел «Обо мне» заполнили 59,3% из них, и 36,6% прикрепили портфолио с примерами предыдущих работ.

⁶ Метод веб-скрейпинга позволяет извлечь данные с сайта с помощью автоматизированных запросов к исходному HTML-коду веб-страницы и последующего преобразования его содержания в табличный формат. Возможности и ограничения данного метода и особенности его применения в социальных науках подробно обсуждаются в работе С. Жучковой и А. Ротмистрова [2].

⁷ Автор выражает признательность студенту МФТИ И. Стребкову за помощь в сборе и последующем автоматическом кодировании данных.

Предприимчивость, профессионализм и мастерство

Ядром нашего анализа стала текстовая информация из раздела профиля «Обо мне». Это описание в свободной форме того, как работники представляют себя клиентам, что они говорят о себе и какие свои сильные стороны и уникальные черты характера они подчеркивают. После начального кодирования случайной выборки из 300 профилей было выявлено 138 кодов, в том числе непосредственное описание работы, выполняемой пользователем, его демографические и квалификационные характеристики, профессиональные и личные качества, условия труда и некоторые другие моменты, связанные с работой на платформе. На следующем этапе все нарративы были разделены на отдельные семантические элементы (токены), а затем закодированы алгоритмически.

Операционализация трех ключевых понятий — предприимчивости, профессионализма и мастерства — проведена с учетом представленных в литературе концепций. Первое из них детально рассмотрено Х. Понгратцем и Г. Фоссом [23] при описании «работника-предпринимателя», однако мы решили воспользоваться концептуализацией У. Брёклинга из-за того, что она позволяет отразить предпринимательскую субъектность в повседневной жизни, а не только в трудовых отношениях, и лучше подходит для группы самозанятых работников. У. Брёклинг выделяет четыре основные функции предпринимателя, которые характеризуют его как спекулянта, новатора, носителя риска и координатора [14].

Воспользовавшись этими характеристиками и сопоставив их с нашими данными, мы предлагаем собственную операционализацию, в которой предпринимательское «я» основано на пяти составляющих: стандарты качества, надежность, ответственность и упорство, клиентоориентированность и индивидуальный подход к клиенту (см. табл. 1). Мы определили стандарты качества через стремление исполнителя выполнять работу максимально качественно, доводить все до идеала, до совершенства. Надежность отражает умение работать аккуратно, четко и без задержек, владение навыками тайм-менеджмента, подчеркивает пунктуальность и дисциплинированность человека. Ответственность и упорство фиксировались в тех случаях, когда гиг-работники подчеркивали свое трудолюбие, целеустремленность и заинтересованность в выполнении трудной работы, умение добиваться желаемого результата и доводить дело до конца. Клиентоориентированность связана с умением поддерживать хорошие отношения с заказчиком, быть доброжелательным, вежливым и отзывчивым человеком. Наконец, индивидуальный подход отражает способность работника гибко подстроиться под особые запросы и пожелания клиента.

Для концептуализации профессионализма и мастерства нашей отправной точкой стала работа Х. Понгратца [22]. Противопоставляя

обе эти концепции, Х. Понгратц определяет мастерство как наличие у работника основных навыков и умений для самостоятельного выполнения задачи, не обязательно подтвержденных документально или полученных в ходе профессионального образования. Акцент делается в первую очередь на удовлетворении заказчика, а не на соблюдении установленных в профессиональном сообществе алгоритмов, правил и норм. Исходя из этого мы операционализировали профессионализм через такие характеристики, как наличие образования, профессиональных разрядов, сертификатов и категорий; экспертность (представление себя как эксперта, мастера или профессионала); опыт работы в сфере строительства и ремонта и наличие необходимого оборудования. Последнее подразумевает обладание профессиональными знаниями для работы со сложным оборудованием и инструментами.

Понятие мастерства раскрывается через такие категории, как наличие универсальных навыков, описание финансовых и организационных условий работы, предоставление дополнительных услуг, наличие слаженной команды и незапятнанная репутация. Универсализм подразумевает готовность человека выполнить любые работы, связанные с ремонтом в доме (мастер-универсал, проекты под ключ, «муж на час»), и противопоставляется экспертности в одной или паре конкретных областей (электрик, сантехник, маляр). Функции, не связанные напрямую с выполнением ремонтных работ, такие как умение составить смету и договор, помочь с подбором и доставкой материалов, предложить гарантию на определенный срок, мы также относим к мастерству. Важными оказываются наличие слаженной команды и умение координировать ее работу. Наконец, репутация подчеркивает удовлетворенность бывших заказчиков и выражается в наличии хороших оценок, отзывов, рекомендаций, примеров выполненной работы, что также свидетельствует о мастерстве исполнителя.

Следует подчеркнуть, что все три рассматриваемых понятия содержательно связаны между собой. В процессе операционализации мы попытались аналитически разделить их, но, конечно, это решение дискуссионно, поскольку есть категории, которые могут одновременно характеризовать сразу несколько понятий. Например, хорошие отзывы клиентов могут говорить не только о положительной репутации работника, но и о его клиентоориентированности, умении ладить с заказчиками. А упоминание гарантий не только отражает условия работы, но и дает представление о надежности и соблюдении стандартов качества при выполнении работ.

Таблица 1

Операционализация основных понятий и категорий

Понятие	Категория	Определение	Основные индикаторы
Предприимчивость	Стандарты качества	Стремление выполнять работу максимально качественно, доводить до идеала, до совершенства	Качественно, на совесть, как для себя, идеально, с душой
	Надежность	Умение выполнять работу аккуратно и точно в срок	Надежный, аккуратный, пунктуальный, чистоплотный, без вредных привычек
	Ответственность и упорство	Трудолюбие, целеустремленность, умение добиваться результата, доводить дело до конца	Трудолюбивый, ответственный, исполнительный, добросовестный, честный, порядочный
	Клиенто-ориентированность	Умение поддерживать хорошие отношения с заказчиком, владение «мягкими навыками» (soft skills)	Вежливый, внимательный, тактичный, контактный, коммуникабельный, неконфликтный, доброжелательный, дружелюбный, отзывчивый, адекватный
	Индивидуальный подход	Способность гибко подстроится под запросы клиента	Творческий, креативный, оригинальный, уникальный, эксклюзивный
Профессионализм	Образование	Уровень образования, название колледжа или университета, полученная специальность	Образование, институт, университет, колледж, диплом, инженер
	Сертификация	Профессиональные сертификаты, разряды, категории	Разряд, класс, сертификат, группа допуска, квалификация, специализация
	Экспертность	Владение уникальными профессиональными навыками	Профессионал, мастер, эксперт
	Опытность	Опыт работы	Опыт, стаж, должность
	Наличие оборудования	Умение работать со сложным оборудованием	Специальный, необходимый, оборудование, инструменты, техника

Понятие	Категория	Определение	Основные индикаторы
Мастерство	Универсальные навыки	Возможность выполнения любых работ, связанных с ремонтом дома	Любые работы, любой сложности, универсальный мастер, «муж на час», проекты под ключ
	Условия работы	Уточнение финансовых условий, заключение договора, гарантии	Цена, смета, бюджет, скидка, экономия, наличные, предоплата, расчет, договор, гарантия
	Дополнительные услуги	Помощь в подборе и доставке качественных материалов, ингредиентов	Консультирование, материал, подбор, покупка, доставка, автомобиль
	Наличие слаженной команды	Наличие команды, партнеров для выполнения всех видов работ	Бригада, команда, коллектив, помощник, напарник, слаженный
	Репутация	Хорошие отзывы, рекомендации, показ примеров предыдущих проектов	Рекомендация, отзыв, портфолио, критика, жалоба, репутация, фото, пример

Анализ данных показывает, что работники YouDo чаще делают акцент на своем профессионализме: 76% из них называют хотя бы одну категорию из этой группы. Для сравнения: только 62% работников апеллируют к мастерству и 52% — к предприимчивости (см. табл. 2).

Таблица 2

Распространенность понятий и категорий в профилях работников на платформе YouDo, %

	Предприимчивость	Профессионализм	Мастерство		
	<i>Доля упомянувших понятие</i>				
	52,2	75,8	61,5		
	<i>Доля упомянувших категорию понятия</i>				
Стандарты качества	27,7	Образование	22,1	Универсальные навыки	36,9
Надежность	32,4	Сертификация	12,7	Условия работы	26,5
Ответственность и упорство	21,8	Экспертность	25,4	Дополнительные услуги	24,0
Клиенто-ориентированность	10,5	Опытность	57,0	Наличие слаженной команды	20,6
Индивидуальный подход	7,4	Наличие оборудования	21,5	Репутация	8,2

Примечание. Приведена доля от числа тех, кто заполнил раздел «Обо мне» в своем профиле, N = 1723. Ничего из перечисленного не упомянули 140 человек (8,1%).

Среди отдельных компонент профессионализма наиболее часто упоминается опыт работы (57%), за ним следуют экспертность (25%), уровень образования и наличие профессионального оборудования (по 22%). Процесс регистрации на YouDo прост, на платформе нет системы проверки профессиональных качеств работников, поэтому внешние подтверждающие признаки выходят на первый план. Акцент на образовании можно объяснить тем, что среди россиян, относящихся в рамках международного классификатора профессий ISCO 2008 к категории 7 «квалифицированные рабочие, занятые ручным трудом», куда попадают в том числе люди, занятые в сфере строительства и ремонта, только 13% имеют высшее образование и еще 27% — среднее специальное⁸. Поэтому те специалисты, которые подчеркивают свое образование (особенно высшее), разряд или квалификацию, как правило, выделяются на общем фоне.

Среди пяти компонент мастерства гиг-работники чаще всего упоминают универсализм (37%). В стремлении получить заказ любой ценой они заявляют, что могут делать абсолютно любые ремонтные работы: красить стены, класть плитку, монтировать сантехнику или электропроводку. Примерно каждый четвертый говорит об условиях работы (27%) и предлагает дополнительные услуги «в комплекте» (24%). Пятая часть отмечают наличие у них напарников или слаженной команды помощников (21%).

Характеристики предприимчивости упоминаются в профилях более чем половины рабочих на YouDo. При этом каждый третий говорит о безопасности, пунктуальности и аккуратности, пытаясь убедить потенциальных клиентов, что они «в надежных руках», и им нечего бояться (32%). Достаточно часто мы видим обещания рабочих выполнить работу максимально качественно (28%) и рассказы о том, какие они трудолюбивые, ответственные и порядочные (22%). Это демонстрирует убежденность работников в том, что такие личные качества важны в глазах заказчиков. Ремонтные работы выполняются на дому у клиента, этим они отличаются от многих других видов услуг на платформе. И здесь доверие между сторонами становится более важным, а личные качества работников — основой этого доверия.

В условиях высокой конкуренции ориентация на клиента, эффективное управление временем и акцент на качество приобретают такую же важность, как профессионализм или мастерство. Для рабочих уже недостаточно просто выполнять необходимую работу. Они осознают необходимость привлечь к себе внимание, выделиться на общем фоне, подчеркнуть свою исключительность, показать, чем они отличаются от других. По сути, речь идет о создании своего индивидуального бренда.

⁸ Расчеты выполнены автором на данных исследования RLMS HSE за 2021 г. (<https://www.hse.ru/rlms/spss>).

Высокая конкуренция стимулирует и развитие навыков тайм-менеджмента. На каждый запрос откликаются обычно несколько гиг-работников, и здесь важно постоянно мониторить ленту, чтобы сделать это раньше остальных, приглянуться заказчику и попасть в список выбора. Как показали исследования фрилансеров, более половины конкурсов, размещенных на платформе FL.ru, получили первый отклик от потенциальных исполнителей в течение 10 минут после публикации объявления. Соответственно, люди, работающие удаленно через платформы, адаптируют свой график к потребностям клиентов, поэтому часто вынуждены активно трудиться не только в дневное, но также в вечернее, ночное время и в выходные дни [24].

Факторы успеха работников на онлайн-платформе

Чтобы определить факторы успеха работников на онлайн-платформе и понять, как самопрезентация может помочь им получить больше заказов, используем регрессионный анализ. Построение регрессионной модели позволяет оценить направление и силу влияния независимых переменных при прочих равных, то есть исключив из рассмотрения воздействие тех факторов, которые мы относим к контрольным переменным [3].

Успешность работника может быть измерена несколькими способами. Самый простой из них — определение количества полученных заказов в категории «ремонт и строительство». Эта переменная распределена крайне неравномерно: 78% пользователей не смогли получить за все время ни одного задания, 10% — только одно задание, 6% — от 2 до 5 заданий, еще 6% — более пяти заданий (при этом максимальное число составляет 1314 заданий). При построении моделей мы использовали данную порядковую переменную с четырьмя указанными категориями⁹.

В качестве независимых переменных мы выбрали те характеристики, на которые пользователь может сам непосредственно повлиять, чтобы повысить свои шансы на успех и получить больше заказов через платформу. В частности, это содержание раздела «Обо мне» в профиле пользователя (упоминание отдельных категорий предприимчивости, профессионализма и мастерства) и его размер, а также количество приложенных фотографий в разделе «Портфолио» (примеры предыдущих работ). На основе того, сколько именно категорий было упомянуто рабочим в ходе самопрезентации на платформе, нами были построены

⁹ Дополнительно расчеты проводились для дихотомической переменной «выполнение хотя бы одного задания за все время» (логистическая регрессия) и логарифма исходной интервальной переменной «количество выполненных заданий» (линейная регрессия). Результаты принципиально не отличаются от тех, что представлены в таблице 3, и могут быть предоставлены по запросу.

три индекса для предприимчивости, профессионализма и мастерства, каждый из которых может принимать значения от 0 до 5¹⁰.

В число контрольных переменных мы включаем:

- пол: в основном ремонтом занимаются мужчины (94%), женщины специализируются преимущественно на отделочных работах;
- возраст: на момент регистрации среднее значение составляет 34 года, стандартное отклонение — 8,5 года;
- место жительства: Москва и Московская область — 60%, Санкт-Петербург и Ленинградская область — 15%, другие российские регионы — 25%;
- этничность: рабочие со славянскими именами и фамилиями составляют 79% выборки, примерно пятая часть — это рабочие, которые с большой вероятностью будут восприниматься потенциальными заказчиками как «нерусские» (например, Мухсин, Садриддин, Сардор, Уктамбек и т. п.);
- наличие бизнес-аккаунта: 6% пользователей зарегистрированы не как частные лица, а как организации;
- клиентский опыт: 25% гиг-работников сами выступали в качестве заказчиков различных услуг на YouDo (например, доставка, ремонт техники, помощь по хозяйству и т. п.);
- количество заявленных специализаций: 65% пользователей зарегистрировались только в категории «ремонт и строительство», 29% готовы оказывать еще 1–2 вида услуг, а 6% отметили в профиле более трех специализаций, то есть они готовы браться фактически за любую работу — от уборки до дизайна;
- виды ремонтных работ: рабочие могли указать, на чем конкретно они специализируются, выбрать несколько пунктов из 19 возможных, при этом 38% отметили только 1–2 пункта, еще 38% — от 3 до 9, и 24% — 10 пунктов и более.

Стаж регистрации на платформе важен, поскольку чем дольше человек работает, тем больше заказов он потенциально может получить¹¹. Показатель рассчитывался как время в годах с момента регистрации до

¹⁰ Альфа Кронбаха составляет 0,561 для предприимчивости, 0,390 для профессионализма и 0,568 для мастерства и уменьшается при исключении любой категории из индекса. Консистентность внутренней структуры понятий также была проверена с помощью метода главных компонент и многомерного шкалирования. $N = 1723$.

¹¹ Здесь возможна и обратная зависимость: человек, который некоторое время пытается, но не может получить заказ, постепенно разочаровывается и уходит с платформы.

даты последнего посещения. Среднее значение по выборке составляет 1,4 года, стандартное отклонение — 1,9, медиана — 0,5 года.

В таблице 3 представлены результаты порядковой пробит-регрессии. В первую модель включены три агрегированные переменные: предприимчивость, профессионализм и мастерство, а во вторую — их отдельные компоненты. Видно, что акцент на профессионализме и предприимчивости в самопрезентации имеет статистически значимую положительную связь с количеством выполненных заданий. При этом среди отдельных компонент профессионализма выделяются наличие специального оборудования, опыт работы и экспертность. А среди характеристик предприимчивости с успехом работника на рынке сильнее всего связаны ответственность и упорство, стандарты качества.

А вот акцент на своем мастерстве следует признать неудачной стратегией для гиг-работников. Здесь значимой связи в модели 1 не обнаружено, и, более того, в модели 2 для нескольких компонент эта связь отрицательная, в том числе статистически значимая для «условий работы». То есть потенциальные заказчики, видя упоминание в профиле исполнителя стоимости работы или условий заключения договора, остерегаются с ним сотрудничать. Возможно, предложенные финансовые условия их не устраивают — кажутся слишком завышенными или заниженными.

Кроме того, стоит отметить, что клиенты не особенно ценят способность работника справиться с широким спектром ремонтных работ. В то время как пользователи часто подчеркивают на платформе свой универсализм, этот акцент остается без внимания со стороны клиентов. Это показывает, что клиенты чаще заинтересованы в более профессиональных и узкоспециализированных мастерах, нежели в разнорабочих.

Таблица 3

Детерминанты количества выполненных работ в категории «ремонт и строительство»: результаты порядковой пробит-регрессии

Переменные	Модель 1		Модель 2	
	B	SE	B	SE
Предприимчивость	0,10	0,03***		
Стандарты качества			0,20	0,08*
Надежность			0,10	0,08
Ответственность и упорство			0,22	0,09*
Клиентоориентированность			0,03	0,11
Индивидуальный подход			-0,27	0,14

Переменные	Модель 1		Модель 2	
	B	SE	B	SE
Профессионализм	0,19	0,03***		
Образование			0,06	0,08
Сертификация			0,10	0,11
Экспертность			0,16	0,08*
Опытность			0,22	0,07***
Наличие оборудования			0,36	0,08***
Мастерство	-0,02	0,03		
Универсальные навыки			0,11	0,07
Условия работы			-0,21	0,09*
Дополнительные услуги			-0,06	0,09
Наличие слаженной команды			0,02	0,09
Репутация			-0,19	0,13
Длина информации «Обо мне» (тысяч знаков, логарифм)	-0,40	0,25	-0,31	0,25
Размер портфолио (количество фото, логарифм)	0,19	0,02***	0,19	0,02***
Пол (мужчины — реф. группа)	-0,12	0,13	-0,11	0,13
Возраст	0,05	0,02*	0,05	0,02*
Квадрат возраста	-0,05	0,03	-0,05	0,03
Место жительства (другие регионы — реф. группа)				
Москва и Московская область	0,47	0,08***	0,46	0,08***
Санкт-Петербург и Ленинградская область	0,37	0,10***	0,37	0,10***
Славяне	0,18	0,08*	0,20	0,08*
Наличие личного фото	0,71	0,29***	0,73	0,29***
Наличие бизнес-аккаунта	0,37	0,10***	0,38	0,10***
Наличие клиентского опыта	0,37	0,07***	0,38	0,07***
Количество заявленных специализаций (от 1 до 16)	0,22	0,02***	0,22	0,02***
Виды ремонтных работ (от 1 до 19)	0,02	0,01*	0,02	0,01*
Стаж регистрации на платформе (лет)	0,16	0,02***	0,16	0,02***
L.R. X ² (df)	998 (17) ***		1025 (29) ***	

Примечание. N = 2900. B — значения регрессионных коэффициентов, SE — стандартное отклонение, уровень значимости: * p < 0,05, ** p < 0,01, *** p < 0,001. L.R. X² — хи-квадрат отношения правдоподобия; df — число степеней свободы.

Важными для потенциальных заказчиков являются наличие и объем портфолио: чем больше примеров предыдущих работ там представлено, тем с большей вероятностью гиг-работник получит новый заказ. Среди контрольных переменных стоит отметить место жительства: рабочие, проживающие в столичных городах или неподалеку от них, выполняют заказы чаще, нежели жители других регионов. Значимо повышают шансы на успех открытость исполнителя в виде наличия личной фотографии в профиле, использование бизнес-аккаунта, опыт пользования платформой в качестве заказчика, продолжительный стаж работы на платформе. Ожидаемо, чем больше видов ремонтных работ предлагает исполнитель, тем больше заказов он может получить при прочих равных. А вот положительная связь с предложением других услуг на платформе является, скорее, контринтуитивной. Можно заключить, что практически любая конвенциональная активность пользователя на сайте позволяет ему более эффективно конкурировать с другими претендентами на получение задания.

Выводы

По результатам проведенного нами исследования можно утверждать, что важным фактором успеха на российских онлайн-платформах рабочих, занятых ремонтом и строительством, является акцент при заполнении ими профиля на профессионализме (наличие большого опыта и необходимого оборудования) и предприимчивости (гарантии качества, ответственность и упорство исполнителя). Заметную роль также играют размер портфолио (чем больше примеров предыдущих работ, тем лучше), наличие личного фото, бизнес-аккаунта и опыта в качестве заказчика услуг на платформе.

В то же время, исходя из результатов нашего анализа, существует очевидный разрыв между навыками, на которые работники обращают внимание в своих профилях на онлайн-платформе, и навыками, на которые, в свою очередь, рассчитывают клиенты. Примером такого разрыва является ситуация с универсализмом. В то время как работники часто подчеркивают свои универсальные навыки и возможность выполнять любую работу, связанную со строительством и ремонтом, клиенты не стремятся найти таких мастеров «на все руки».

Акцент на профессионализме в целом оправдывает себя: упоминание опыта работы действительно позволяет работнику получать при прочих равных больше заказов. В то время как предприимчивость оказывается важнее мастерства: хотя рабочие, рассказывая о себе на платформе, чаще уделяют внимание мастерству, нежели демонстрируют свое «предпринимательское я», для заказчиков именно последнее оказывается более важным. Именно акцент на личных качествах дает исполнителям преимущество в конкурентной борьбе. Таким образом, представления гиг-работников о том, чего именно хотят от них клиен-

ты и какими они хотят их видеть, не всегда соответствуют реальности. Тот факт, что заказчики отдают предпочтение предпринимательским и личным качествам при выборе работников, указывает на необходимость уделять больше внимания механизмам установления доверия между контрагентами на платформах.

Прежде всего результаты исследования предоставляют контраргумент относительно того, что платформы играют большую роль в эрозии профессиональных ценностей и замене их на умение и мастерство, как утверждает Х. Понгратц [22]. Однако можно предположить, что характер работы имеет здесь решающее значение. В нашем случае, когда работа выполняется непосредственно в доме заказчика, больше ценятся личные и предпринимательские способности исполнителя. Будущие эмпирические исследования стороны как спроса, так и предложения помогут лучше объяснить это несоответствие навыков и понять влияние платформ на поведение и установки работников.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Гаврилюк Т.В.* Рабочий класс в сервисной сфере: постановка проблемы и актуальный социологический дискурс // Социологический журнал. 2021. Том 27. № 3. С. 78–96. DOI: 10.19181/socjour.2021.27.3.8425 EDN: ONKCQI
2. *Жучкова С.В., Ротмистров А.Н.* Автоматическое извлечение текстовых и числовых веб-данных для целей социальных наук // Социология: методология, методы, математическое моделирование. 2020. № 50–51. С. 141–183. EDN: ХУТЮУ
3. *Крыштановский А.О.* Модели регрессионного анализа // Анализ социологических данных. М.: ИД ГУ ВШЭ, 2006. С. 115–190.
4. Платформенная занятость в России: масштабы, мотивы и барьеры участия: Аналитический доклад / О.В. Синявская, С.С. Бирюкова, Е.С. Горват, Д.Е. Карева, Д.А. Стужук, К.О. Чертенков; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». М.: НИУ ВШЭ, 2022 [электронный ресурс]. — 30 С. Электрон. текст. дан. (0,635 МБ). DOI: 10.17323/978-5-7598-2494-7 EDN: FILRJK
5. *Радаев В.В.* Экспансия платформ как вызов социологии // Социологические исследования. 2022. № 12. С. 15–28. DOI: 10.31857/S013216250022667-6 EDN: WVZOOQ
6. *Срничек Н.* Капитализм платформ / Пер. с англ. под науч. ред. М. Добряковой. М.: Изд. дом ВШЭ, 2021. Вып. 3. — 128 с.
7. *Старк Д., Паус И.* Алгоритмическое управление в экономике платформ // Экономическая социология. 2021. Т. 22. № 3. С. 71–103. DOI: 10.17323/1726-3247-2021-3-71-103 EDN: SKZVNK
8. *Стребков Д.О. и др.* Социальные факторы выбора контрагентов на бирже удаленной работы: исследование конкурсов с помощью «больших данных» // Экономическая социология. 2019. Т. 20. № 3. С. 25–65. DOI: 10.17323/1726-3247-2019-3-25-65 EDN: QENAEB

9. *Стребков Д.О., Шевчук А.В.* Что мы знаем о фрилансерах? Социология свободной занятости. М.: Изд. дом ВШЭ, 2022. — 528 с. DOI: 10.17323/978-5-7598-2722-1 EDN: GYGZLX
10. *Стребков Д.* Строительство и ремонт в советской карикатуре // ЭС Форум. 2008. № 5 (11). С. 5–11 [электронный ресурс]. Дата обращения 13.04.2023. URL: [https://www.hse.ru/mag/newsletter/2008—5%20\(11\).html](https://www.hse.ru/mag/newsletter/2008—5%20(11).html)
11. *Тощенко Ж.Т.* Прекариат: от протокласса к новому классу. Монография. М.: Наука, 2018. — 350 с. EDN: VKRCMM
12. *Шевчук А.В.* Труд и власть в российской модели платформенного капитализма // Социология власти. 2022. Т. 34. № 3–4. С. 128–155. DOI: 10.22394/2074-0492-2022-4-128-155 EDN: KVDDTX
13. *Шкаратан О.И., Карачаровский В.В., Гасюкова Е.Н.* Прекариат: теория и эмпирический анализ (на материалах опросов в России, 1994–2013) // Социологические исследования. 2015. № 12. С. 99–110. EDN: VGFMFUZ
14. *Bröckling U.* The Entrepreneurial Self: Fabricating a New Type of Subject. London: SAGE Publications Ltd, 2016. — 256 p. DOI: 10.4135/9781473921283
15. *Dunn M., Munoz I., Jarrahi M.H.* Dynamics of flexible work and digital platforms: Task and spatial flexibility in the platform economy // Digital Business. 2023. Vol. 3. No. 1. Article 100052 [online]. Accessed 15.08.2023. DOI: 10.1016/j.digbus.2022.100052
16. *Fleming P.* The Human Capital Hoax: Work, Debt and Insecurity in the Era of Uberization // Organization Studies. 2017. Vol. 38. No. 5. P. 691–709. DOI: 10.1177/0170840616686129
17. *Franke M., Pulignano V.* Connecting at the edge: Cycles of commodification and labour control within food delivery platform work in Belgium // New Technology, Work and Employment. 2021. No. 38 (3). P. 1–20. DOI: 10.1111/ntwe.12218
18. *Friedman G.* Workers without employers: shadow corporations and the rise of the gig economy // Review of Keynesian Economics. 2014. Vol. 2. No. 2. P. 171–188. DOI: 10.4337/roke.2014.02.03
19. *Jarrahi M.H., et al.* Platformic Management, Boundary Resources for Gig Work, and Worker Autonomy // Computer-Supported Cooperative Work. 2020. Vol. 29. No. 1–2. P. 153–189. DOI: 10.1007/s10606-019-09368-7 EDN: LQPOUM
20. *Kennedy M., Bearson D., Zysman J.* The platform economy matures: measuring pervasiveness and exploring power // Socio-Economic Review. 2021. Vol. 19. No. 4. P. 1451–1483. DOI: 10.1093/ser/mwab014
21. *Malin B.J., Chandler C.* Free to Work Anxiously: Splintering Precarity Among Drivers for Uber and Lyft // Communication, Culture & Critique. 2017. Vol. 10. No. 2. P. 382–400. DOI: 10.1111/cccr.12157
22. *Pongratz H.J.* Of crowds and talents: discursive constructions of global online labour // New Technology, Work and Employment. 2018. Vol. 33. No. 1. P. 58–73. DOI: 10.1111/ntwe.12104
23. *Pongratz H.J., Voß G.G.* From employee to “entreplooyee”: Towards a “self-entrepreneurial” work force? // Concepts and Transformation. 2003. Vol. 8. No. 3. P. 239–254. DOI: 10.1075/cat.8.3.04pon

24. *Shevchuk A., Strebkov D., Tyulyupo A.* Always on across time zones: Invisible schedules in the online gig economy // *New Technology, Work and Employment*. 2021. Vol. 36. No. 1. P. 94–113. DOI: 10.1111/ntwe.12191 EDN: SSIAWR
25. The role of digital labour platforms in transforming the world of work. Geneva: ILO, 2021. Accessed 13.04.2023. URL: https://www.ilo.org/global/research/global-reports/weso/2021/WCMS_771749
26. *Tirapani A.N., Willmott H.* Revisiting conflict: Neoliberalism at work in the gig economy // *Human Relations*. 2023. Vol. 76. No. 1. P. 53–86. DOI: 10.1177/00187267211064596
27. *Vallas S., Schor J.B.* What Do Platforms Do? Understanding the Gig Economy // *Annual Review of Sociology* 2020. Vol. 46. No. 1. P. 273–294. DOI: 10.1146/annurev-soc-121919-054857
28. *Wexler M.N.* Reconfiguring the sociology of the crowd: exploring crowd-sourcing // *International Journal of Sociology and Social Policy*. 2011. Vol. 31. No. 1/2. P. 6–20. DOI: 10.1108/01443331111104779
29. *Wood A.J., Lehdonvirta V.* Antagonism beyond employment: how the “subordinated agency” of labour platforms generates conflict in the remote gig economy // *Socio-Economic Review*. 2021. Vol. 19. No. 4. P. 1369–1396. DOI: 10.1093/ser/mwab016 EDN: QUIIJL

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ

Стребков Денис Олегович — кандидат социологических наук, доцент, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики». **Телефон:** +7 (495) 772-95-90 # 12447. **Электронная почта:** strebkov@hse.ru

Дата поступления: 19.04.2023.

SOTSILOGICHESKIY ZHURNAL = SOCIOLOGICAL JOURNAL. 2023.
VOL. 29. NO. 3. P. 70–92. DOI: 10.19181/socjour.2023.29.3.4

Research Article

DENIS O. STREBKOV¹

¹HSE University.

11, Myasnitckaya str., 101000, Moscow, Russian Federation.

SELF-PRESENTATION AND SUCCESS ON DIGITAL PLATFORMS BY THE EXAMPLE OF CONSTRUCTION AND REPAIR WORKERS

Abstract. Digital platforms form a highly competitive online environment where workers have to actively compete for projects and clients, using not only their professional knowledge and skills, but also special soft skills of self-presentation and self-organization in order to increase their chances of success. Our goal is to show how construction and repair workers present themselves on such platforms and how this self-presentation affects their success. Data were collected by web scraping on the Russian platform YouDo in 2023. The regression analysis results show that the focus

of repairmen on professionalism and entrepreneurship is positively associated with the number of jobs they've completed. At the same time, we do not find evidence that platforms contribute to eroding the value of professionalism and replacing it with job proficiency, as H. Pongratz argues. People who focus on their proficiency do not get significant advantages compared to other workers.

Keywords: gig economy; online platforms; self-employment; self-presentation; professionalism; job proficiency; entrepreneurial self.

For citation: Strebkov, D.O. Self-presentation and Success on Digital Platforms by the Example of Construction and Repair Workers. *Sotsiologicheskii Zhurnal = Sociological Journal*. 2023. Vol. 29. No. 3. P. 70–92. DOI: 10.19181/socjour.2023.29.3.4

Acknowledgments. The study was carried out as part of the HSE Program for Fundamental Research in 2023.

The author is grateful to K. Uysal, postgraduate student of the National Research University Higher School of Economics, for valuable advice and recommendations, which made it possible to significantly improve the theoretical framework and conceptual scheme of the study.

REFERENCES

1. Gavrilyuk T.V. The Working Class in the Service Sector: Outlining the Issue and Reviewing Current Sociological Discourse. *Sotsiologicheskii Zhurnal = Sociological Journal*. 2021. Vol. 27. No. 3. P. 78–96. DOI: 10.19181/socjour.2021.27.3.84252 (In Russ.)
2. Zhuchkova S.V., Rotmistrov A.N. Automatic extraction of textual and numerical web data for the purposes of social sciences. *Sotsiologiya: metodologiya, metody, matematicheskoe modelirovanie*. 2020. No. 50–51. P. 141–183. (In Russ.)
3. Kryshtanovskii A.O. Models of regression analysis. *Analiz sotsiologicheskikh dannykh*. [Analysis of sociological data.] Moscow: ID GU VShE publ., 2006. P. 115–190. (In Russ.)
4. *Platformennaya zanyatost' v Rossii: masshtaby, motivy i bar'ery uchastiya: Analiticheskii doklad*. [Platform employment in Russia: scope, motives and barriers to participation: Analytical report.] O.V. Sinyavskaya, S.S. Biryukova, E.S. Gorvat, D.E. Kareva, D.A. Stuzhuk, K.O. Chertenkov. Moscow: NIU VShE publ., 2022. 30 p. DOI: 10.17323/978-5-7598-2494-7 (In Russ.)
5. Radaev V.V. The expansion of platforms as a challenge to sociology. *Sotsiologicheskie issledovaniya*. 2022. No. 12. P. 15–28. DOI: 10.31857/S013216250022667-6
6. Srnichek N. Platform capitalism. [Russ. ed.: *Kapitalizm platform*. Transl. from Eng.; Ed. by M. Dobryakova. Iss. 3. Moscow: Izd. dom VShE publ., 2021. 128 p.]
7. Stark D., Pais I. Algorithmic control in the platform economy. *Ekonomicheskaya sotsiologiya*. 2021. Vol. 22. No. 3. P. 71–103. DOI: 10.17323/1726-3247-2021-3-71-103 (In Russ.)
8. Strebkov D.O., et al. Social factors in the choice of counterparties on the exchange of remote work: a study of competitions with the help of “big data”. *Ekonomicheskaya sotsiologiya*. 2019. Vol. 20. No. 3. P. 25–65. DOI: 10.17323/1726-3247-2019-3-25-65 (In Russ.)
9. Strebkov D.O., Shevchuk A.V. *Chto my znaem o frilanserakh? Sotsiologiya svobodnoi zanyatosti*. [What do we know about freelancers? Sociology of free employment.] Moscow: Izd. dom VShE publ., 2022. 528 p. DOI: 10.17323/978-5-7598-2722-1 (In Russ.)

10. Strebkov D. Construction and repair in the Soviet caricature. *ES Forum*. 2008. No. 5 (11). P. 5–11. Accessed 13.04.2023. URL: [https://www.hse.ru/mag/newsletter/2008—5%20\(11\).html](https://www.hse.ru/mag/newsletter/2008—5%20(11).html) (In Russ.)
11. Toshchenko Zh.T. Prekariat: ot protoklassa k novomu klassu. Monografiya. [Precariat: from protoclass to new class. Monograph.] Moscow: Nauka publ., 2018. 350 p. (In Russ.)
12. Shevchuk A.V. Labor and power in the Russian model of platform capitalism. *Sotsiologiya vlasti*. 2022. Vol. 34. No. 3–4. P. 128–155. DOI: 10.22394/2074-0492-2022-4-128-155 (In Russ.)
13. Shkaratan O.I., Karacharovskii V.V., Gasyukova E.N. Precariat: theory and empirical analysis (based on polls in Russia, 1994–2013). *Sotsiologicheskie issledovaniya*. 2015. No. 12. P. 99–110. (In Russ.)
14. Bröckling U. *The Entrepreneurial Self: Fabricating a New Type of Subject*. L.: SAGE Publications Ltd, 2016. 256 p. DOI: 10.4135/9781473921283
15. Dunn M., Munoz I., Jarrahi M.H. Dynamics of flexible work and digital platforms: Task and spatial flexibility in the platform economy. *Digital Business*. 2023. Vol. 3. No. 1. Article 100052. Accessed 15.08.2023. DOI: 10.1016/j.digbus.2022.100052
16. Fleming P. The Human Capital Hoax: Work, Debt and Insecurity in the Era of Uberization. *Organization Studies*. 2017. Vol. 38. No. 5. P. 691–709. DOI: 10.1177/0170840616686129
17. Franke M., Pulignano V. Connecting at the edge: Cycles of commodification and labour control within food delivery platform work in Belgium. *New Technology, Work and Employment*. 2021. No. 38 (3). P. 1–20. DOI:10.1111/ntwe.12218
18. Friedman G. Workers without employers: shadow corporations and the rise of the gig economy. *Review of Keynesian Economics*. 2014. Vol. 2. No. 2. P. 171–188. DOI: 10.4337/roke.2014.02.03
19. Jarrahi M. H., et al. Platformic Management, Boundary Resources for Gig Work, and Worker Autonomy. *Computer-Supported Cooperative Work*. 2020. Vol. 29. No. 1–2. P. 153–189. DOI: 10.1007/s10606-019-09368-7
20. Kenney M., Bearson D., Zysman J. The platform economy matures: measuring pervasiveness and exploring power. *Socio-Economic Review*. 2021. Vol. 19. No. 4. P. 1451–1483. DOI: 10.1093/ser/mwab014
21. Malin B.J., Chandler C. Free to Work Anxiously: Splintering Precarity Among Drivers for Uber and Lyft. *Communication, Culture & Critique*. 2017. Vol. 10. No. 2. P. 382–400. DOI: 10.1111/cccr.12157
22. Pongratz H.J. Of crowds and talents: discursive constructions of global online labour. *New Technology, Work and Employment*. 2018. Vol. 33. No. 1. P. 58–73. DOI: 10.1111/ntwe.12104
23. Pongratz H.J., Voß G.G. From employee to “entreplooyee”: Towards a “self-entrepreneurial” work force? *Concepts and Transformation*. 2003. Vol. 8. No. 3. P. 239–254. DOI: 10.1075/cat.8.3.04pon
24. Shevchuk A., Strebkov D., Tyulyupo A. Always on across time zones: Invisible schedules in the online gig economy. *New Technology, Work and Employment*. 2021. Vol. 36. No. 1. P. 94–113. DOI: 10.1111/ntwe.12191
25. *The role of digital labour platforms in transforming the world of work*. Geneva: ILO, 2021. Accessed 13.04.2023. URL: https://www.ilo.org/global/research/global-reports/weso/2021/WCMS_771749
26. Tirapani A.N., Willmott H. Revisiting conflict: Neoliberalism at work in the gig economy. *Human Relations*. 2023. Vol. 76. No. 1. P. 53–86. DOI: 10.1177/00187267211064596
27. Vallas S., Schor J.B. What Do Platforms Do? Understanding the Gig Economy. *Annual Review of Sociology* 2020. Vol. 46. No. 1. P. 273–294. DOI: 10.1146/annurev-soc-121919-054857

28. Wexler M.N. Reconfiguring the sociology of the crowd: exploring crowdsourcing. *International Journal of Sociology and Social Policy*. 2011. Vol. 31. No. 1/2. P. 6–20. DOI: 10.1108/014433311111104779
29. Wood A.J., Lehdonvirta V. Antagonism beyond employment: how the “subordinated agency” of labour plat-forms generates conflict in the remote gig economy. *Socio-Economic Review*. 2021. Vol. 19. No. 4. P. 1369–1396. DOI: 10.1093/ser/mwab016

INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Denis O. Strebkov — Candidate of Sociological Sciences, Associate Professor, HSE University. **Phone:** +7 (495) 772-95-90 # 12447. **Email:** strebkov@hse.ru

Received: 19.04.2023.
