

Kūryba ir bendradarbiavimas *Web 2.0*: nauja *prosumpcijos* tipologija

Rima Žilinskaitė

Vilniaus universiteto Sociologijos ir socialinio darbo institutas
Institute of Sociology and Social Work at Vilnius University
rima.zilinskaite@fsf.stud.vu.lt
<https://orcid.org/0000-0002-4971-9687>

Santrauka. *Prosumpcijos* (angl. *prosumption*; *production+consumption*) sąvoka dažniausiai pasitelkiama siekiant įvardyti ir analizuoti veiklos *Web 2.0* (liet. antrosios kartos saitynas) specifiką. Šiame straipsnyje, susistemintus esamas *prosumpcijos* konceptualizacijas, pateikiami minimalus ir maksimalus sąvokos apibrėžimai. Aptarus sąvokos taikymo srities plėtrą ir įvertinus esamas *prosumpcijos* klasifikacijas, straipsnyje pasiūloma nauja, sistemingesnė *prosumpcijos* tipologija. Ji sudaroma pagal tris kriterijus: 1) *prosumpcinės* veiklos pobūdis bendradarbiavimo aspektu; 2) pirminė priežastis užsiimti konkrečia *prosumpcine* veikla; 3) *prosumeriui* reikalingas pasirėngimo lygis. Išskirti aštuoni tipai aprėpia iš esmės visą *prosumpcinės* veiklos spektrą ir nukreipia detaliau empiriškai analizuoti motyvacijas ir įsitraukimo į *prosumpciją* intensyvumą.

Pagrindiniai žodžiai: *prosumpcija*, *Web 2.0*, minimalus ir maksimalus sąvokos apibrėžimai, *prosumpcijos* tipologija, *prosumpcija* kaip idealus tipas.

Creative Activities and Collaboration on Web 2.0: Towards a New Typology of Prosumption

Summary. The concept of prosumption is commonly used to identify and analyse the specificities of activities on Web 2.0. This article provides the minimal and maximal definition of the concept by decomposing available conceptualisations. Including maximal number of mutually consistent attributes, it amounts to the definition of the ideal type of prosumption. The paper critically assesses the existing classifications of prosumption, and proposes a new, more systematic typology. It is designed on the basis of three conceptual dimensions: 1) the nature of the presumptive activities in collaborative terms (individual/collaborative); 2) the primary reason for engaging in a presumptive activity (prosumption in order to create/prosumption in order to use); 3) the level of training required from the prosumer (conditionally divided into “specialist” and “amateur”). The eight types formulated cover essentially the whole spectrum of presumptive activities and direct to the more detailed empirical studies of motivations and intensity of engagement in prosumption.

Keywords: prosumption, Web 2.0, minimal and maximal definition of concept, typology of prosumption, ideal type of prosumption.

Received: 17/02/2022. Accepted: 01/03/2022.

Copyright © 2021 Rima Žilinskaitė. Published by Vilnius University Press. This is an Open Access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution Licence, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original author and source are credited.

Įvadas

Gamybos ir vartojimo susiliejimą nusakanti *prosumpcijos* (angl. *prosumption*) sąvoka pasitelkiama įvardyti ir apmąstyti vieną esminių *Web 2.0* veikimo principų ir fenomenų – kūrimą ar dalyvavimą kuriant tai, ką pats vartoji. Ko gero, aiškiausias to pavyzdys – socialinių tinklų platformos internete (*Facebook, Instagram, Twitter, YouTube* ir kt.). Jų kūrėjai vartotojams suteikia platformą (savotiškus rėmus), tačiau visą turinį, kuriuo dalijamasi ir dėl kurio naudojama šiais socialiniais tinklais, kuria patys vartotojai. Kitas iliustratyvus pavyzdys – operacinės sistemos „Linux“ kūrimo procesas: jos kūrėjas viešai internete paskelbė kodą, kuriuo vadovaudamiesi tūkstančiai anoniminių programuotojų nuolat kuria šios sistemos patobulinimus.

Antrosios kartos arba vadinamasis dalyvavimo, socialinis internetas (*Web 2.0*) iš esmės keičia informacijos perdavimo būdus ir kuria naujo masto komunikavimo ir bendradarbiavimo galimybes. Terminu *Web 2.0*, kurio autoriumi laikomas Timas O'Reilly'is, nusakoma technologinė struktūra ir jos pagrindu veikiančios interneto platformos ir paslaugos, sudarančios sąlygas didesniai interaktyvumui, vartotojų dalyvavimui ir kurios yra lanksčiau pritaikytos prie vartotojų poreikių bei įpročių (O'Reilly 2005; taip pat žr. Bruns 2016; Fuchs 2017).

Kiekvienos technologijos, padarančios esminę įtaką ekonominiams santykiams ir ūkio raidai, poveikis dažniausiai neapsiriboja vien šiomis sritimis. Manytina, kad taip galima galvoti ir apie skaitmenizaciją bei *Web 2.0* technologiją. Yra įvairių bandymų užčiuopti ir apibrėžti jos efektus ir poveikį, o *prosumpcijos* sąvoka – vienas iš jų. Ši sąvoka įdomi tuo, kad nėra pernelyg plati ar abstrakti (kaip, pavyzdžiui, bendradarbiaujanti visuomenė ar skaitmeninės bendruomenės, angl. *collaborative society, digital commons*) ir išreiškia vieną iš esminiais laikytinų *Web 2.0* veikimo logikos elementų – dalyvavimą (greta bendradarbiavimo).

Nors *prosumpcijos* sąvoka dažniausiai pasitelkiama analizuojant ekonominius santykius, jos taikymo laukas plečiasi: šis konceptas gali būti naudojamas tiriant skaitmenizacijos poveikį mokslui, žinių kūrimui ir perdavimui, profesionalumo, autorystės ir autoriteto sampratoms ir kitoms sritims. *Prosumpcijos* sąvoka gali būti naudingas įrankis mėginant aiškintis, kaip makrolygmeniu vykstantys struktūriniai pokyčiai (technologijos plėtotė ir poveikis ekonominiams santykiams) daro poveikį veikėjams ir jų elgesiui, kuris toliau gali keisti kitas socialines struktūras.

Šio straipsnio tikslas yra, susisteminant esamas *prosumpcijos* konceptualizacijas, pasiūlyti minimalų ir maksimalų šios sąvokos apibrėžimus bei naują ir efektyvesnę *prosumpcinės* veiklos tipologiją. Straipsnyje aptarsime *prosumpcijos* sąvokos kilmę ir vartosenos atnaujinimus; įvertinsime veiklos *Web 2.0* konceptualizacijas bei *prosumpcijos* sąvokos ypatumus; nustatysime *prosumpcijai* priskiriamas charakteristikas ir, sekdami įtakingo amerikiečių socialinių mokslų metodologo Johno Geringo (2012) strategija, suformuluosime minimalų ir maksimalų *prosumpcijos* sąvokos apibrėžimus. Minimalus apibrėžimas apima minimalų rinkinį sąvokai priskiriamų esminių savybių, nurodo būtinas ir pakankamas sąlygas, kurias privalo atitikti šia sąvoka įvardijamas empirinis referentas. O maksimalus apibrėžimas – tai idealusis tipas, apimantis visas įmanomas fenomenai priskirtinas savybes.

Straipsnyje taip pat aptarsime *prosumpcijos* sąvokos taikymo sritis, t. y. analizuosime, kaip ši sąvoka gali būti pritaikyta tiriant ne tik ekonominius santykius, kuriančius akivaizdžią finansinę vertę. Galiausiai, įvertinsime esamas *prosumpcinės* veiklos klasifikacijas ir pateiksime naują *prosumpcijos* tipologiją.

Kalbant apie interneto technologiją, esminiu pirmosios ir antrosios kartos interneto skirtumu reikėtų laikyti būtent vartotojų dalyvavimo galimybę. *Web 1.0* kartais lyginamas su laikraščiu – tradicinį tinklalapį gali atsiversti, skaityti, tačiau beveik neįmanoma dalyvauti jį kuriant arba tai reikalauja didelio technologinio išmanymo. *Web 2.0* technologiniai sprendimai sudaro sąlygas jo vartotojams kurti ir dalytis turiniu tiek per socialinius tinklus ar tinklaraščių platformas, tiek gerokai paprasčiau išmokstant kurti puslapius, tokius kaip *wiki* puslapiai. Be to, *Web 2.0* dar vadinamas *daiktų internetu*, nes, taikant technologijas, susieja vartotojus su realaus pasaulio objektais, pavyzdžiui, per dalijimosi automobiliais platformas ar tokias interneto ir realaus pasaulio bendruomenes kaip „Airbnb“.

Tiesa, terminas „antrosios kartos internetas“ iš dalies gali klaidinti, suponuodamas, kad kalbama apie visiškai naują interneto technologijos versiją, iš esmės pakeičiančią anksčiau egzistavusią. Iš tikrųjų perėjimas nuo statiško prie dinamiško turinio, nuo stebėjimo prie dalyvavimo galimybės yra labiau evoliucinio pobūdžio (Bruns 2008; 2; Bruns 2012; 818). Taip pat pabrėžtina, kad *Web 2.0* suteikiama galimybė dalyvauti dažnai lieka neįgyvendinta, nes didelė dalis vartotojų ir toliau interneto paslaugomis naudojasi kaip stebėtojai ar pasyvūs gavėjai, o ne kaip aktyvūs dalyviai ir kūrėjai (Fuchs 2017; 38).

Tačiau bent formaliai dabartinė interneto technologija sudaro sąlygas veikti besiremiant atvirumu, lygiavertiškumu, dalijimosi ir globalaus veikimo principais (nors šių sąlygų buvimas nebūtinai reiškia, kad technologijos atveriamos galimybės nuolat įgyvendinamos). Tokį veikimą Donas Tapscottas ir Anthony'is D. Williamsas (2008 [2006]) vadina *vikinomika* (angl. *wikinomics*; terminas, nurodantis interneto enciklopedijos *Wikipedia* kūrimo būdą). Veikimas *Web 2.0* pagrindu ir juo apibūdinami santykiai taip pat vadinami dalijimosi ekonomika (angl. *sharing economy*), bendradarbiaujančia visuomene (angl. *collaborative society*; žr. Jemielniak and Przegalinska 2020; Konieczny 2021), skaitmeniniu kapitalizmu (angl. *digital capitalism*; Fuchs 2020a; 2020b; 2020c; 2021).

Tokio veikimo logika nusako ne tik naujo pobūdžio ir masto santykius produktų ar kitų artefaktų gamybos ir kūrybos procese, bet ir fiksuoja besikeičiantį santykį tarp (materialaus ar intelektualio) produkto kūrėjų ir jo vartotojų. *Web 2.0* veikimo principai leidžia vartotojui dalyvauti kuriant produktus ar kitus artefaktus. Vartotojas tampa vadinamuoju *prosumeriu* (angl. *prosumer*; *producer+consumer*) – gamintoju ir vartotoju viename.

Taigi *prosumpcijos* sąvoka yra vienas iš bandymų nusakyti ir apibrėžti skaitmenizacijos poveikį gamybai ir vartojimui, bendradarbiavimui ir, bendriau, kūrybai (kaip matysime toliau, sąvokos pritaikymo laukas yra platesnis, tačiau socialiniuose tyrimuose ji dažnai pasitelkiama būtent skaitmenizacijos efektams ir su ja susijusiems procesams analizuoti). *Prosumpcijos* sąvoką įdarbinantys skaitmenizacijos procesų tyrėjai bando atskleisti, kaip skaitmeninės technologijos veikia ir daro įtaką socialinių sistemų veikėjų vaidmenų pokyčiams ir naujoms

besirandančioms veikimo formoms. Šiame straipsnyje atliekama *prosumpcijos* sąvokos analize pirmiausia siekiama suprasti, kaip ji gali padėti aiškintis pačių veikėjų norą, polinkį ar būtinybę įsitraukti į *prosumpcinę* veiklą. *Prosumpcijos* sąvoka – sąlyginai nauja, todėl tiek ji pati, tiek jos taikymas – gana problemiški.

Prieš pradėdant analizuoti sąvokos turinį, dar vertėtų pateikti paaiškinimą apie sąvokų *prosumpcija* ir *prosumeris* lietuvišką vartoseną. Socialiniuose tyrimuose Lietuvoje kol kas nėra nusistovėjęs šio termino vertimo ar atitikmens, tačiau sąvoka tokia forma (*prosumpcija*, *prosumeris*) vartojama energetikos srityje ir šią sritį reglamentuojančiuose dokumentuose¹. Čia ta sąvoka išlaiko analogišką reikšmę – savo reikmėms energiją gaminantis asmuo, t. y. gamintojas, kuris tuo pat metu yra ir vartotojas. Reikia pasakyti, kad lietuvių ir kitomis kalbomis pasitaiko ir kitokios šio termino vartosenos – *prosumeris* kaip profesionalus vartotojas (vartotojas, įgijęs daug žinių apie tam tikrą produktą ir gerai apie jį išmanantis²; angl. *professional consumer*). Vis dėlto bibliometrinė akademinė tyrimų anglų kalba analizė rodo, kad juose *prosumpcijos* sąvoka paprastai vartojama kai kalbama apie gamybos ir vartojimo susiliejimą, sutapimą vienoje veikloje (žr. Shah et al. 2020).

Panašiai sąvoka *prosumeris* verčiama, sudaroma ir vartojama ir kitomis kalbomis: vokiškai *Prosument* (žr. Hellmann 2009), prancūziškai *prosommateur* (žr. Ambert 2014), ispaniškai *prosumidor* (žr. Sánchez Carrero and Contreras Pulido 2012), itališkai *prosumer* (ir *prosumerismo*, žr. Degli Esposti 2017), rusiškai *просьюмер* (žr. Плотичкина 2013), lenkiškai *prosument* (ir *prosumpcja*, žr. Wolny 2013). Kai kuriose iš šių kalbų sąvokos daryba yra elementaresnė, nes „gamybos“ ir „vartojimo“ sąvokos jose labai artimos angliškomis ir kilusios iš lotynų kalbos. Tačiau ir lietuvių kalboje tarptautiniai žodžiai „produkcija“ ir „konsumpcija“ yra aiškūs ir suprantami. O štai galimas sąvokos vertimo variantas „gaminantis vartotojas“ arba „vartojantis gamintojas“ straipsnio autorei atrodo mažiau priimtini, nes pabrėžia vieną kurį dėmenį, o tai, kaip matysime vėliau, sukeltų sunkumų siekiant tikslesnės atitikties esamoms konceptualizacijoms ir sudarant tipologijas.

***Prosumpcijos* sąvokos turinio kaita ir veiklos *Web 2.0* apibrėžimo alternatyvos**

Prosumpcijos terminas atsirado anksčiau nei *Web 2.0* (ir – negu internetas kaip pasaulinis tinklas apskritai). Terminas *prosumeris* autoriumi laikomas amerikiečių futuristas Alvinas Toffleris, vartojęs jį savo knygoje *The Third Wave* (1981 [1980]). *Prosumpciją* autorius suprato plačiai – nuo savo paties poreikiams atliekamų remonto, namų ruošos darbų ar darbo savo

¹ Žr., pavyzdžiui, Europos Parlamento rezoliucija dėl mikrogeneravimo: mažo masto elektros energijos ir šilumos gamyba (Pasiūlymas dėl rezoliucijos, 22.4.2013): http://www.europarl.europa.eu/meetdocs/2009_2014/documents/itre/re/934/934458/934458lt.pdf.

² Tokią termino reikšmę savo interneto puslapyje pateikia ir Valstybinė lietuvių kalbos komisija (VLKK) (žr. <http://www.vlkk.lt/konsultacijos/6517-prosumeris>). Tačiau straipsnio autorei konsultuojantis su VLKK dėl termino vertimo prieita prie išvados, kad tinkamiausią termino vertimą ir atitikmenį galėtų pateikti mokslininkai, gerai įsigilinę į jo reikšmes ir prasmes, o to ir siekiama šiuo tekstu.

bendruomenei, savanoriavimo iki masinės gamybos produktų ir paslaugų pritaikymo vartotojui bei paties vartotojo dalyvavimo kuriant produktus. Anot Tofflerio, ikiindustrialinėse visuomenėse tai buvo dominuojanti ūkinės veiklos forma, tačiau dėl industrializacijos ir rinkos įsigalėjimo gamybos ir vartojimo funkcijos atsiskyrė ir išsigrynino. Poindustrinėje visuomenėje vėl judama šių funkcijų artėjimo ir susiliejimo link (Toffler 1981 [1980]).

Poindustrinėse ar labiau pažengusiose industrinėse visuomenėse, gamintojams norint patenkinti augančius vartotojų poreikius ir didinti pelną, siekiama į paslaugų teikimo ar gamybos procesą labiau įtraukti vartotojus – perkelti jiems dalį funkcijų, kurias anksčiau atlikdavo gamintojas. Dažnai tai pateikiama kaip saviraiškos, savarankiško laiko planavimo galimybė ir erdvė kūrybiškumui. Tokios veiklos pavyzdžiais gali būti „pasidaryk pats“ (angl. *DIY, Do It Yourself*) principu gaminami ir vartojami produktai (kaip IKEA baldai, kuriuos iš įsigytų dalių vartotojas galiausiai susirenka pats ir jų dalis gali keisti), savitarnos kasos prekybos centruose, bankomatai, daiktų dizaino, pavyzdžiui, puodelių ar marškinėlių, kūrimas ir pan. (žr. Dusi 2018a; Bruns 2016; Rayna and Striukova 2016; Denegri-Knott and Zwick 2012). Tobulėjančios informacinės technologijos suteikia vis naujų galimybių vartotojams dalyvauti kuriant ir gaminant produktus. XX amžiaus paskutiniais dešimtmečiais pradėta plėtoti *prosumerio* samprata naujo susidomėjimo sulaukė maždaug prasidėjus *Web 2.0* plėtrai.

Sociologijoje *prosumpcijos* ir *prosumerio* sampratas konceptualiausiai plėtoja amerikiečių sociologas George'as Ritzeris, kurio darbai svariai prisidėjo prie šių sampratų atgaivinimo ir suintensyvėjusios vartosenos bei taikymo. Ritzeris, kaip ir Toffleris, aiškina, kad *prosumpcija* kaip ūkinės veiklos forma visada egzistavo. Tačiau su XXI amžiumi atėję technologiniai ir socialiniai pokyčiai suteikia jai ypatingą reikšmę. Autoriaus manymu, skaitmeninė *prosumpcija* sudaro prielaidas rasti naujos formos kapitalizmui, kur kapitalistas iš esmės nekontroliuoja *prosumerių* kuriamos ir vartojamos produkcijos turinio, jo kokybės, bet pasiima šio proceso kuriamą naudą. Pasak Ritzerio, šis naujos formos kapitalizmas pasižymi tuo, kad remiasi darbu, už kurį kapitalistas nemoka, nes darbo sąnaudas prisiima *prosumeriai* (Ritzer and Jurgenson 2010; Ritzer et al. 2012; Ritzer 2013; 2015a; 2015b).

Akademinių publikacijų, kuriose rašoma apie *prosumpciją*, bibliometrinę analizę atlikę Shah su kolegomis išskyrė tris pagrindines sąvokos vartosenos sritis: energetikos tyrimus, sociologiją (dažniausiai – vartotojiškos kultūros tyrimai) ir verslo studijas. Analizuodami socialinių mokslų srities publikacijų raktažodžius tyrėjai nustatė, kad dažniausiai *prosumpcijos* sąvoka siejama su bendra kūryba (angl. *co-creation*), vartotojų generuojamu turiniu (angl. *user generated content, UGC*) ir informaciniu kapitalu (angl. *informational capital*) (Shah et al. 2019; 1030; Shah et al. 2020³). Taigi iš esmės pastarąjį dešimtmetį *prosumpcija* daugiausia tiriama kaip internetinėje erdvėje besireiškiantis fenomenas, nors kai kurie autoriai, kaip minėtieji Toffleris ir Ritzeris, jo ištakas mato dar ikiindustrialinėse visuomenėse.

Shah su bendraautoriais atlikta bibliometrinė analizė rodo, kad daugiausia cituojamas autorius šioje tyrimų srityje yra George'as Ritzeris, o jo kartu su Nathanu Jurgensonu 2010 m.

³ Autoriai analizavo duomenų bazėje „Web of Science“ pateikiamas publikacijas anglų kalba (paskelbtas 2010–2017 m.), atrinktas pagal raktažodžius „prosumer“ ir „prosumption“.

publikuotas straipsnis „Production, consumption, prosumption: the nature of capitalism in the age of the digital prosumer“, vertinant pagal citavimų skaičių, laikytinas įtakingiausiu iš *prosumpcijos* tyrimų socialiniuose moksluose (Shah et al. 2020; 85–86; Shah et al. 2019; 1026).

Kiti autoriai, kurių darbai laikytini svarbiais *prosumpcijos* tyrimuose, be minėtų **Tofflerio** (1981 [1980]; Toffler and Toffler 2006) ir **Ritzerio** (2010; 2013; 2015a; 2015b; 2016; 2017; Ritzer and Jurgenson 2010; Ritzer et al. 2012; Ritzer and Patella-Rey 2013; Ritzer et al. 2018; Ritzer and Miles 2019; Ritzer and Degli Esposti 2020), yra Philipas **Kotleris** (2010 [1986]), Donas **Tapscottas** ir Anthony'is D. **Williamsas** (2008 [2006]), Detlevas **Zwickas** (Zwick 2015; Zwick et al. 2002; Denegri-Knott and Zwick 2012), Christianas **Fuchsas** (2009; 2010; 2011; 2012; 2014; 2017; 2020a; 2020b; 2020c; 2021; Fuchs et al. 2009; Fuchs and Seignani 2013), Davide'as **Dusi** (2015; 2015; 2018a; 2018b; 2019; Dusi and Huisman 2020). Taigi šių autorių darbai ir sudarys pagrindą tolesniam mūsų bandymui suformuluoti minimalų ir maksimalų *prosumpcijos* sąvokos apibrėžimus.

Tai darysime remdamiesi socialinių mokslų metodologo Johno Gerringo (2012) pasiūlytais sąvokos darybos žingsniais. Jie numato 1) paaiškinimą, kuo pasirinkta sąvoka skiriasi nuo kitų tos pačios semantinės ir fenomeno erdvės sąvokų, bei galimų alternatyvų ir sinonimų apžvalgą; 2) galimų sąvokos prasmių suskaidimą į atributų lentelę, kai panašūs atributai susiejami pagal skirtingas dimensijas ir taip prieinama prie 3) termino žodinio apibūdinimo bei minimalaus ir (arba) maksimalus sąvokos apibrėžimo suformulavimo.

Sekdami Gerringu, pirmiausia turėtume apžvelgti, kokie alternatyvūs ar iš dalies alternatyvūs konceptai egzistuoja *Web 2.0* vartotojų veiklų tyrimų lauke ir kokios jų ypatybės. Skirtingi autoriai yra pateikę nemažai sąvokų, skirtų šiai veiklai įvardyti (sąvokų apžvalgas žr. Benkler and Nissenbaum 2006; Zwick et al. 2008; Bruns 2008; Bruns 2012; Bruns 2016; Ritzer 2012; Ritzer 2013; Ritzer 2020; Fuchs 2012; Dusi 2017). Mėginant apibendrinti, šias sąvokas būtų galima skirstyti į dvi grupes: konceptai, akcentuojantys vartotojų **bendradarbiavimo** ypatybę, ir sąvokos, pabrėžiančios **dalyvavimo** ypatybę. Į pirmąją grupę patektų sąvokos *bendras vertės kūrimas* (angl. *value co-creation*), *bendruomene besiremianti lygiaverčių veikėjų produkcija* (angl. *commons based peer production*), *bendros inovacijos* (angl. *co-innovation*), *sutelktinių išteklių naudojimas* (angl. *crowdsourcing*), *skaitmeninės bendruomenės* (angl. *digital commons*), taip pat ne tiek veiklą, kiek struktūrą per veiklą nusakantis terminas *vartotojų praktikų platformos* (angl. *platforms for consumer practice*).

Antrajai grupei, kurios bendroji ypatybė – dalyvavimo kuriant produktą, paslaugą ar kitą artefaktą pabrėžimas, priskirtume sąvokas *vartotojų kuriamas turinys* (angl. *user-generated content*), *vartotojų darbas* (angl. *consumer labour*), *profesionalus mėgėjas* (angl. *professional amateur, pro-am*), *piliėtis vartotojas* (angl. *citizen-consumer*), darbo ir žaidimo susiliejimą nusakantį terminą *playbour* (angl. *play+labour*), sąvokas *dirbantis vartotojas* (angl. *working consumer*), *amato / amatininkiškas vartojimas* (angl. *craft consumption*), *pasidaryk pats* (angl. *Do-It-Yourself*) bei gamybos ir naudojimo susiliejimą nusakantį terminą *produsage* (angl. *production+usage*).

Iš esmės, antrajai grupei priskirtina ir *prosumpcijos* sąvoka. Tačiau *prosumpcija* (dažnai – tik implicitiškai) gali apimti ir pirmojoje sąvokų grupėje pabrėžiamą bendradarbiavimo ypatybę,

nes *prosumeris* irgi dažniausiai savo veikloje remiasi ir naudojami kitų sukurtu turiniu. O palyginti su antrosios grupės sąvokomis, *prosumpcijos* konceptą, viena vertus, laikytume aiškiau ir tiksliau nusakančiu veiklos pobūdį nei sąvoka *vartotojų generuojamas turinys*, kuris yra labai apibendrinantis ir labiau skirtas įvardyti veiklos rezultatą. Kita vertus, *prosumpcija* ir *prosumeris* yra kiek platesni ir lankstesni konceptai nei, pavyzdžiui, *vartotojų darbas* ar *dirbantis vartotojas*, *pilietis vartotojas*. Pastarieji netiesiogiai nurodo tam tikras vertybines nuostatas ar teorines prielaidas, arba taikymo sritį.

Galiausiai, artimiausia iš minėtų sąvokų *prosumpcijai* yra gamybos ir naudojimo susiliejimą nusakantis terminas *produsage*. Jos autorius Axelis Brunas aiškina, kad, formuluojant sąvokas, būtina atsiriboti nuo industrinės gamybos charakteristikų ir ypatybių, ir pabrėžia, kad veiklos internete rezultatas yra nebe baigtinis produktas tradicine prasme, o nuolat kintantys ir niekada galutinės formos neįgaunantys artefaktai (Bruno 2008; 4–7). Vis dėlto autorius savo naujadare neatsisako produkcijos / gamybos dėmens, o kadangi *prosumpcijos* sąvoka tyrimų lauke daugiau konceptualiai aprašyta ir taikyta, turi ankstesnes ištakas ir iš esmės yra nesudėtingai pritaikoma tirti tiems patiems objektams kaip ir Bruno konceptas, pirmenybę teikiame būtent jai.

Prosumpcijos ypatybės: sąvokai priskiriamų atributų rinkinys

Kitas žingsnis, einant prie minimalaus ir maksimalaus sąvokos apibrėžimo, sekant Gerringu, yra konceptui priskiriamų atributų nustatymas ir susistemimas. Tam reikia nuodugniau analizuoti *prosumpcijos* sąvokos turinį. Jau trumpai pristatėme sąvokos autoriumi laikomo Alvinio Tofflerio ir po kelių dešimtmečių ją intensyviai ėmusio plėtoti George'o Ritzerio *prosumpcijos* sampratas. Toliau, į analizę įtraukdami ir kitus minėtus apie *prosumpciją* konceptualiausiai rašančius autorius, pirmiausia apžvelgsime kiekvieno iš jų *prosumpcinei* veiklai priskiriamas esmines charakteristikas. Visas toliau pristatomas *prosumpcijos* sampratas būtų galima suskirstyti į tris grupes: taikomoji (Kotlerio, Tapscotto ir Williamso), analitinė (sąlyginai – Tofflerio, taip pat – Zwicko ir Dusi) ir kritinė (Ritzerio ir Fuchso).

Čia galima patikslinti, kad Toffleriui *prosumpcija* (gamyba savo paties naudojimui) nepakeičia tradicinės gamybos (mainams, pardavimui) (žr. Toffler 1981 [1980]; Toffler and Toffler 2006). Taigi ekonomiką Toffleris siūlo matyti kaip susidedančią iš dviejų sektorių, kur sektorius A apima įvairaus pobūdžio *prosumpcinę* veiklą (nemokamas darbas savo paties, savo šeimos ar bendruomenės poreikiams), o sektorius B – visą paslaugų ir prekių gamybą, skirtą mainams ar pardavimui rinkoje. O vadovaujantis Ritzerio samprata, nebėra gamybos ir vartojimo grynąja forma – jas abi apima *prosumpcija* (gamyba visada yra ir tam tikras vartojimas ir atvirkščiai, be to, nebūtinai abu procesai turi vykti vienu metu) ir kiekvienas individas visada yra *prosumeris* (žr. Ritzer 2010; Ritzer 2012; Ritzer 2013; Ritzer 2015).

Netrukus po to, kai Toffleris pasiūlė *prosumerio* sąvoką ir suformulavo savo sampratą, šį konceptą vartotojų elgsenos tyrimams ir rinkodaros praktikai pamėgino pritaikyti Philipas Kotleris (2010 [1986]). Jis siūlė į *prosumerius* žiūrėti kaip į atskirą rinkos segmentą, kurį verslas ir rinkodaros specialistai galėtų instrumentiškai išnaudoti, siekdami didinti pelną ar užsitikrinti pozicijas rinkoje. Kotlerio aiškinimu, *prosumpcijos* veiklos, kurias į savo siūlomo

produkto ar paslaugos teikimą galėtų įtraukti verslas ir kurios padėtų jam išlaikyti turimus ar pritraukti naujus vartotojus, turėtų pasižymėti keturiomis charakteristikomis: pažadėtų vartotojams sutaupyti daug išlaidų, reikalautų minimalių įgūdžių, joms reikėtų skirti nedaug laiko ir pastangų (tačiau šios sąlygos gali būti nepaisoma, jei didesnės pastangos garantuos geresnę kokybę), jos suteiktų didelį asmeninį pasitenkinimą.

Kai po kelių dešimtmečių, su *Web 2.0* plėtra, *prosumpcija* ir *prosumeriai* vėl sulaukė tyrėjų dėmesio, panašiai kaip Kotleris šiuos konceptus suprato ir siūlė taikyti Donas Tapscottas ir Anthony'is D. Williamsas (2008 [2006]). Naudojantis *Web 2.0* vykstantį masinį bendradarbiavimą jie pavadina *vikinomika* ir aiškina, kad naujomis sąlygomis sėkmingai siekiantis veikti verslas turėtų perprasti *prosumerių* veiklos specifiką, jos svarbą ir panaudojimo galimybes. Tapscottas ir Williamsas iš esmės kalba apie *prosumpciją* internete – vartotojai aktyviai dalyvauja kuriant ir atnaujinant produktus, o kartais ir patys perima jiems reikalingų produktų kūrimą (kaip operacinių sistemų, atskirų elektroninių įrenginių priedų ir pan.).

Kiti autoriai į *prosumpciją* žvelgia ne taip instrumentiškai kaip Kotleris ar Tapscottas ir Williamsas, ir permąsto sąvokos turinį bei gilinasi į šio koncepto kaip analitinio įrankio panaudojimo galimybes. Detlevas Zwickas polemizuoja su Ritzerio *prosumpcijos* samprata ir nesutinka su jo aiškinimu, kad *prosumpcija* apima bet kokią ekonominę (ir ne tik) veiklą, o gamybos ir vartojimo grynąją formą nelieka. Zwicko teigimu, neįmanoma kalbėti apie gamybą ir vartojimą abstrakčiai, nes taip itin susiaurėja *prosumpcijos* sąvokos analitinė galia (Zwick 2015; 488). Be to, Zwicko su bendraautore atliktas empirinis tyrimas, kuriame taikyta *prosumpcijos* sąvoka, tiriant elektroninės prekybos platformos *eBay* vartotojų patirtis, parodė, kad pati *prosumpcijos* patirtis gali kisti bėgant laikui. Vadovaudamiesi veberiška perspektyva, autoriai siekė atskleisti patirčių kismą nuo „užkerėtos *prosumpcijos*“ iki „atkerėtos *prosumpcijos*“ (angl. *enchanted prosumption* ir *disenchanted prosumption*). Straipsnyje teigiama, kad, bėgant laikui, kolektyvinius troškimų, svajonių ir fantazijų gamybą ir vartojimą (*prosumpciją*) keičia *eBay* kaip rutinos patyrimas, ji tampa efektyvumu ir įpročiais besiremiančia pardavimo ir pirkimo vieta (Denegri-Knott and Zwick 2012; 439).

Zwickas taip pat atkreipia dėmesį, kad Ritzeris nemato kitos svarbios potencialaus *prosumerių* išnaudojimo pusės – techninių galimybių paversti vartotojus gamintojais, konkrečiai – duomenų gamintojais. Jis tai vadina *totalia gyvenimo prosumifikacija* (angl. *total prosumification of life*) (Zwick 2015; 492–493). Tačiau Zwickas pripažįsta ir *prosumpcijos* galią, bent jau teoriškai, kurti naujas socialinių ir ekonominių santykių formas, kurios nėra valdomos kapitalo (žr. Zwick et al. 2008; 167; Zwick 2015; 487).

Christianas Fuchas *prosumpcijos* sąvoką pasitelkia rašydamas apie *skaitmeninį kapitalizmą* ir teigia, kad *prosumpcinė* veikla tampa vartotojų darbo problema. Autoriaus teigimu, tokių platformų kaip *Facebook* ir *Google* vartotojai gamina prekes – duomenis ir dėmesį, kurie yra parduodami reklamos užsakovams. Be to, autoriaus teigimu, šiuolaikiniame kapitalizme (kurį Fuchas ankstesniuose tekstuose vadina *informaciniu kapitalizmu*) kūrybos darbuotojų meilė ir pasitenkinimas savo darbo turiniu tampa nauja ideologija, pridengiančia faktą, kad galintieji dirbti darbą, kuris jiems patinka, daro tai prekariškomis (angl. *precarious*) sąlygomis (Fuchs 2020b; 9).

Davide'as Dusi, vertindamas Ritzerio ir kitų autorių *prosumpcijos* konceptualizacijas, laikosi pozicijos, kad *prosumpcinė* veikla nebūtinai turi būti suprantama kaip pasmerkta išnaudojimui, bet gali būti (ne tik teoriškai) ir įgalinanti praktika. Jo teigimu, tai, kaip skirtingi autoriai aiškina ir interpretuoja *prosumpciją*, priklauso nuo to, kokiomis aplinkybėmis ir sąlygomis ją žvelgiama. Jei gilinamasi į *prosumpciją* tokiomis aplinkybėmis, kur tradicinis gamintojas siekia gauti naudos iš vartotojo polinkio ištraukti į gamybą / kūrybą, ji bus matoma kaip išnaudojamiško proceso dalis. Jei stebima, kaip vartotojas bando iš dalies arba visiškai pakeisti tradicinį gamintoją, kad patenkintų savo poreikius ar pasipriešintų esamoms struktūroms, *prosumpcija* gali būti laikoma įgalinančia veikla.

Kiti autoriai *prosumpcijos* sąvoką savo tyrimuose taiko labiau fragmentiškai, ne taip nuodugniai gilinasi į jos konceptualizaciją, vadovaujasi jau minėtų mokslininkų pasiūlytomis sampratomis arba pasitelkia *prosumpcijos* sąvoką rašydami apie alternatyvius ar susijusius konceptus ir jais nusakomus procesus (žr. Bruns 2008; 2012; 2013; 2016; Bruns and Schmidt 2011; Bruns and Highfield 2012; Jemielniak and Przegalinska 2020; Kviat 2021).

Apžvelgę *prosumpcijos* apibūdinimus, galime išskirti ir susisteminti svarbiausius šios sąvokos atributus. Sąvokos atributų lentelė sudaroma pagal skirtingas dimensijas susiejant artimas savybių, kurios priskiriamos aptariamam objektui ir (ar) fenomenui, reikšmes, kartu suvokiant, kad toks atributų sąvado užbaigtumas yra sąlyginis, nes beveik visada įmanoma rasti papildomų ar kitaip suformuluotų sąvokai priskiriamų savybių.

Čia vertėtų padaryti vieną pastabą. Gerringas nurodo, kad į lentelę neturėtų patekti tarpusavyje prieštaringi atributai (Gerring 2012; 137). Iš to, kas aptarta pristatant skirtingų autorių aprašomas *prosumpcijos* charakteristikas, galėtų susidaryti įspūdis, jog esama tam tikro neišspręsto prieštaravimo tarp to, ar ši veikla laikytina ja užsiimančių žmonių išnaudojimu, ar kaip tik įgalinimu. Tačiau čia būtų prasminga atsiriboti nuo konkrečių teorinių aiškinimų ir interpretacijų ir kelti tokį klausimą: ar įmanoma, kad ta pati *prosumpcinė* veikla ir duotų naudos (galbūt – netiesiogiai) kažkam kitam, o ne tam, kas ja užsiima, ir tuo pat metu leistų veikėjui siekti savo tikslų ir keisti esamas struktūras? Manytume, kad įmanoma pateikti (ne tik hipotetinių) pavyzdžių, kurie leistų į šį klausimą atsakyti teigiamai⁴. Tai, į kurią iš šių dviejų charakteristikų bus gilinamasi ir kuri iš jų bus matoma kaip svarbiausia, priklauso nuo taikomų teorinių perspektyvų, interpretacijos pobūdžio ir analizės tikslų. Todėl abi ką tik minėtas *prosumpcijai* priskiriamas savybes įtraukiame į sąvokos atributus (jie pateikiami 1 lentelėje).

⁴ Pavyzdžiui, naudojimas socialiniais tinklais ar tinklaraščių platformomis komunikacijai (vartotojų veikla juose yra duomenys, kuriuos reklamos pardavimams panaudoja tokių platformų savininkai), kuriant alternatyvias komercinėms operacines sistemas, nemokamai keičiantis daiktais ir kitomis gėrybėmis, kurios kitu atveju galbūt rinkoje nemokamai neprieinamos, ir pan.

1 lentelė. Sąvokos „prosumpcija“ atributai

Esminis principas	Gamybos ir vartojimo susilieėjimas
Atributai	a) Nemokama veikla (t. y. negaunamas formalus uždarbis)
	b) Užsiimama savo, artimųjų arba bendruomenės labui
	c) Būdingiausia erdvė – skaitmeninė, bet gali vykti ir kitose (ne skaitmeninėje, <i>postskaitmeninėje</i> , papildytoje realybėje, angl. <i>augmented reality</i>)
	d) Objektas – ir materialūs, ir nematerialūs produktai ir (ar) artefaktai
	e) Teikia pasitenkinimą, užsiimama kaip pramoga, žaidimu
	f) Teikia naudą ir (ar) vertę ir kitiems nei numato ja užsiimantieji
	g) Keičia nusistovėjusias struktūras ir hierarchijas
	h) Vyksta kooperuojantis arba individualiai

Minimalus ir maksimalus *prosumpcijos* apibrėžimai

Gerringo teigimu, minimalus sąvokos apibrėžimas įvardija minimalų rinkinį esminių savybių, į kurias atsižvelgiant vienas ar kitas empirinis reiškinys gali būti priskirtas panašių reiškinų kategorijai ir apibūdintas šia sąvoka. Tai būtinos (ir pakankamos) sąlygos, vadinasi, kiekvienas objektas, įvardijamas šia sąvoka, turi turėti visas išskirtas savybes. Minimalus sąvokos apibrėžimas paprastai turėtų turėti griežtai apibrėžtas ribas (angl. *crisp borders*), todėl galima aiškiai atskirti, ar objektas priskirtinas šiam apibrėžimui, ar ne (Gerring 2012; 135–136).

Maksimalus sąvokos apibrėžimas, priešingai, apima visas fenomenai priskirtinas (ne idiosinkratiškas) savybes. Tai, anot Gerringo, idealusis tipas, kuris gali neturėti visiško empirinio atitiktens, tačiau turėtų būti objektų, kurie kuo labiau priartėtų prie šio maksimalaus apibrėžimo ir geriausiai jį atitiktų. Kitaip sakant, konkretaus objekto atitiktis maksimaliam sąvokos apibrėžimui įprastai yra laipsnio dalykas (ten pat; 136–137).

Pasak Gerringo, minimalus koncepto apibrėžimas gali būti kuriamas atsispiriant nuo esminio principo, kuris yra toks sąvokos atributas, kuris visada turimas omenyje, kai pasitelkiamas konkretus konceptas (mūsų atveju – gamybos ir vartojimo susilieėjimas). Tačiau, Gerringo teigimu, vien šis principas dažniausiai nepakankamai aiškiai nubrėžia koncepto ribas, todėl paprastai reikia nustatyti kitus svarbiausius sąvokos komponentus, dėl kurių visuotinai sutariama (ten pat; 136). Formuluojuant minimalų sąvokos apibrėžimą, į jį būtina įtraukti esminius atributus, kurie atspindėtų plačiausią įmanomą sąvokos vartosenos aprėptį, tačiau nebūtų prarandama jos prasmė. Kitaip sakant, apibrėžimas turėtų apimti tik tuos atributus, kuriuos viena ar kita forma galima aptikti visuose žinomuose sąvokos vartosenos variantuose. Be esminio principo (gamybos ir vartojimo susilieėjimo) tai būtų pirmieji du mūsų įvardyti atributai. Taigi tai leistų *prosumpciją* minimaliai apibrėžti kaip gamybos ir vartojimo susilieėjimą, kuris reiškiasi kaip nemokama veikla savo, artimųjų ar bendruomenės labui.

Maksimalus sąvokos apibrėžimas turėtų apimti visus įvardytus atributus. Pateikdami maksimalų *prosumpcijos* sąvokos apibrėžimą, norėtume stabtelėti prie sąlygos, kad ji bene aktyviausiai reiškiasi skaitmeninėje erdvėje. Čia siūlytume atsižvelgti į anksčiau minėtą Brunso pastabą, jog veiklos internete rezultatams įvardyti nebetinka tradicinė produkto samprata, nes sukuriami artefaktai nuolat kinta ir nėra baigtiniai, o jų radimosi procesui nusakyti nebetinka gamybiniai terminai. Manytume, kad, užuot ėmusis dar vienos alternatyvios sąvokos (pavyzdžiui, *produsage*, kaip siūlo Brunsas), tiktų į formuluojamą *prosumpcijos* apibrėžimą įtraukti ne tik gamybą ir vartojimą, bet ir kūrybą bei naudojimą. Tai ne tik leistų tiksliau atspindėti veiklos internete specifika, bet ir geriau atitiktų *prosumpcijos* sąvokos empirinio taikymo lauką, kuris apima ne tik grynai ekonominius santykius⁵.

Taigi galime sakyti, kad plačiausia prasme apibrėžta *prosumpcija* yra: gamybos ir (ar) kūrybos ir vartojimo ir (ar) naudojimo susilieėjimas, besireiškiantis kaip pasitenkinimą teikianti formaliai nemokama individuali arba kolaboracinė veikla savo, artimųjų ar bendruomenės labui, kurios objektas gali būti tiek materialūs, tiek nematerialūs artefaktai ir kuri daugiausia vyksta skaitmeninėje erdvėje (bet ne išskirtinai tik joje) ir teikia naudą ir (ar) vertę ne tik šia veikla užsiimantiesiems, taip pat sudaro sąlygas keisti nusistovėjusias struktūras ir hierarchijas.

Taip apibrėžta *prosumpcija* greičiausiai neturės visiško atitiktumo realybėje. Kiekvienas empirinis atitikmuo tik daugiau arba mažiau priartės prie maksimalaus apibrėžimo (ir pačių atitikmenų turėtų būti mažiau nei minimalaus apibrėžimo, kuris yra ekstensyvus, atveju; maksimalus apibrėžimas yra intensyvus, t. y. jis smulkiai suregistruoja galimus atributus, bet šitaip apriboja atitikmenų lauką). Be to, kai kurie sąvokos atributai gali būti jungiami disjunkciškai, vadinasi, konkretūs empiriniai referentai gali turėti skirtingus atributų rinkinius, bet vis tiek būtų įvardijami šia sąvoka. Pagrindinis tokios plačiausios sąvokos darybos strategijos pranašumas yra tas, kad ji sudaro prielaidas aprėpti fenomeno pasireiškimų spektrą ir kurti klasifikacijas.

Nurodydamas koncepto darybos žingsnius, Gerringas pateikia ir sąvokos tinkamumo vertinimo kriterijus: 1) rezonansiškumas (kiek sąvokos apibrėžimas atitinka kasdienę, įprastą vartoseną); 2) kontekstų diapazonas (kaip plačiai sąvoka apima skirtingas vartosenos sritis); 3) nuoseklumas (ar sąvoka tapačiai vartojama skirtinguose darbuose, tyrimuose); 4) koherentiškumas (kaip tarpusavyje dera sąvokos turinį sudarantys požymiai ir kaip nuosekliai jie atsispindi empiriniuose referentuose); 5) atskiriamumas (kiek aiškiai sąvoka atskiriama nuo kitų panašių konceptų); 6) analitinis ir empirinis naudingumas (kiek sąvoka pravartanti tikrovės pažinimui, kiek padeda paaiškinti tiriamus procesus); 7) operacionalizacijos galimybės (kaip atpažįstame sąvokos referentus ir kaip galime juos pamatuoti) (Gerring 2012; 117–131; taip pat žr. Norkus 2009). Tačiau, kaip pažymi Zenonas Norkus, „[k]eblumas tas, kad vienus iš šių pranašumų socialinių mokslų sąvokos gali įgyti tik kitų sąskaita“ (Norkus 2009; 100). Tas būdinga ir *prosumpcijos* sąvokai. Paminėtina, kad, būdama neologizmas, ši sąvoka stokoja rezo-

⁵ Tikėtina, kad ši pastaba ir pataisa aktualesnė formuluojant apibrėžimą lietuvių kalba, nes anglų kalboje žodis „production“ vartojamas (arba skamba labiau priimtina, kai yra vartojamas) platesne prasme, pavyzdžiui, įmanoma pasakyti „production of ideas“, „production of texts“, o lietuviškai priimtinau skambėtų idėjų ar tekstų „kūrimas“, o ne „gamyba“.

nansiškumo, tačiau laikytume, kad ji yra analitiškai ir empiriškai naudinga. Tai pabandydysime parodyti ir toliau, aptardami galimas *prosumpcijos* koncepto taikymo sritis.

Prosumpcijos sąvokos taikymo sritys

Kaip jau aptarta iki šiol, ekonomikoje ir ekonominėje sociologijoje *prosumpcijos* konceptas daugiausia vartojamas, kai gilinamasi į technologijos poveikį bendradarbiavimo mastui ir formoms bei analizuojamas vartotojų elgesys. Tačiau kadangi pati technologija (*Web 2.0*) nėra taikoma išskirtinai tik ekonominių santykių sferoje, kur generuojama akivaizdi finansinė vertė, tai ir jos poveikis gali būti platesnis. Be to, dabartinės ekonominės inovacijos ir žinių ekonomika tiesiogiai siejasi su mokslu, žinių kūrimu, švietimu ir kitomis sritimis. *Prosumpcijos* samprata taip pat pritaikoma ten, kur problemų sprendimui aktualus didelio masto bendradarbiavimas ir veikėjų įsitraukimas (pavyzdžiui, pilietinis, politinis dalyvavimas, aplinkosauga, organizacijų struktūra etc.).

Pavyzdžiui, Martinas Dodge'as ir Robas Kitchinas (2013) tyrė, kaip sutelktiniai šaltiniai panaudojami kuriant skaitmeninius kartografinius projektus, ir laiko šią veiklą besikeičiančio žinių reprodukcijos proceso pavyzdžiu. Jenny L. Davis (2014) aiškino, kaip *prosumpcija* keičia pačios autorės, rašančios tinklaraštį, akademinę tapatybę. Davide'as Dusi analizavo, kaip *prosumpcija* gali tapti bendruomenės įgalinančiu veiksmu ir tyrė Belgijos nevyriausybines organizacijos iniciatyvą įtraukti piliečius į skaitmeninių įrankių, kurie galėtų padėti spręsti nedarbo problemą, kūrimą (Dusi 2018b; Dusi 2019), taip pat analizavo ligonių artimuosius vienijančios organizacijos skaitmeninį projektą, skirtą keistis jos nariams aktualia informacija (Dusi 2016). Dusi kartu su Jeroenu Huismanu (2020) *prosumpcijos* konceptą naudojo ir analizuodami studentų vaidmenis aukštajame moksle.

Prosumpcijos samprata ir sąvoka suteikia konceptualią struktūrą aiškintis, ar ir kaip *Web 2.0* veikimo logika daro įtaką nusistovėjusioms struktūroms bei socialiniams vaidmenims, juos keičia ir (ar) koreguoja. Jei sektume anksčiau aptartais autoriais, savamoksliai kūrėjai-gaminotojai sutrikdo kiekvieną profesionalią specializuotą veiklą, prie kurios prisiliečia. Kitaip sakant, *prosumpcijos* samprata gali būti naudingas analitinis įrankis stebėti ir aiškintis, kaip makrolygmens pokyčiai (technologinė struktūra ir jos elementų vystymasis bei sąveika) veikia veikėjus ir jų elgesį mikrolygmeniu, o tai, savo ruožtu, galbūt daro įtaką kitoms esamoms struktūroms.

Kaip rodo minėti empirinių tyrimų pavyzdžiai, vienuose iš jų koncentruojamasi į veikėjų motyvacijas užsiimti *prosumpcija* konkrečiose srityse (Davis 2014; Denegri-Knott and Zwick 2012; Dusi 2020), kituose – į vadinamųjų *prosumerių* veiksmų poveikį esamoms struktūroms (Dodge and Kitchin 2013; Dusi 2016; 2018b; 2019). Tiek vienais, tiek kitais atvejais užčiuopiama sąveika (nebūtinai eksplicitiškai) tarp makro- ir mikrolygmens. Samprata pritaikoma analizuojant tiek konkrečius projektus ir jų turinį, veikimą, funkcijas, tiek veikėjų tikslus, motyvus. Taip pat – aiškinantis veikėjų vertybes ir lūkesčius savo aplinkai, kuriuos lemia ir kuria technologijų taikymas bei jų logika.

Prosumpcijos konceptas ir jo logika taip pat gali būti priemonė mąstyti apie iššūkius profesijoms, profesionalumui, specializacijai. Andrew Keenas (2007) savo itin kritiškame *Web 2.0* vertinime teigia, kad čia dominuojanti ideologija – mėgėjų arba savamokslių kultas, naikinantis pasitikėjimą autoritetais ir specialistų ekspertinėmis žiniomis bei griauantis autorystės institutą. Potencialiai neribotos galimybės bet kam užsiimti bet kuo ir beveik nevaržomas dalijimasis informacija ir artefaktais internete (o tai Keenas nedvejodamas laiko autorinių kūrinų vagyste), trina ribas tarp specialisto ir nespecialisto, tarp pagrįstos informacijos, žinių ir neargumentuotos nuomonės bei falsifikacijų. Interneto vartotojų minios teismui pateiktas eksperto argumentas ir nespecialisto nuomonė pasirodo kaip vienodo svorio vienetai, ir tos pačios minios prioritetai bei įpročiai nulems, kam ilgainiui puslapių ir programų algoritmai teiks pirmenybę kaip pirmiausia parodytinai informacijai būsimiems vartotojams (Keen 2007; 3–6, 43). Keenas tvirtina, kad tai ne tik atima pajamas ir autoritetą iš specialistų (kino ir muzikos kūrėjų, žurnalistų, knygų autorių ir leidėjų, mokslininkų ir kt.), bet ir tiesą daro vis sunkiau atskiriamą nuo netiesos, pagrįstą informaciją – nuo netikros, griaua tradicinius institutus, kurie yra esminiai kuriant ir palaikant kultūrą (ten pat; 15–16, 117, 145).

Turint omenyje tiek teigiamus, tiek neigiamus veikimo ir bendradarbiavimo *Web 2.0* bruožus ir toliau svarstant apie *prosumpcijos* sampratos pritaikomumą, manytume, kad ji, be kita ko, gali būti naudinga analizuojant skaitmenizacijos įtaką mokslo žinių sklaidos organizacijai. Galvodami, kaip, apskritai, *Web 2.0* logika atspindi mokslo žinių kūrimą, sklaidoje ir taikyme, galime išskirti bent keturis raiškos būdus ar formas:

- vykstant masiniam mokslininkų ir mokslo institucijų bendradarbiavimui;
- bendradarbiaujant verslui ir atskiriems mokslininkams, kai verslas internetu viešai skelbia sprendžiamas problemas ir rengia idėjų konkursus;
- įtraukiant „paprastus žmones“ į mokslo projektus ir jiems pateikiant atliktinas užduotis;
- interneto vartotojams patiems kuriant ir skleidžiant mokslinį arba mokslo populiarinimo turinį (pavyzdžiui, *Wikipedia*, įvairūs mokslo tematikai skirti tinklaraščiai, mokslo populiarinimo kanalai *You Tube* vaizdo transliavimo platformoje ir pan.).

Paskutinį išskirtą punktą laikytume savičiausiu. Pirmaisiais trimis atvejais mokslininko vaidmuo ir statusas yra daugiau ar mažiau toks pat, kaip ir tradicinių mokslinio bendradarbiavimo formų atveju, tik informacinės technologijos sudaro sąlygas naujo masto bendradarbiavimui ir komunikacijai. O ketvirtuoju atveju kuriasi nauja mokslo žinių sklaidos realybė ir aplinka, kurios naujais žaidėjais tampa vadinamieji *prosumeriai*. Pavyzdžiui, *Wikipedia* tekstų autoriai dažniausiai iš esmės naujų mokslo žinių nekuria, bet naudojami jau esamais mokslininkų atradimais ir užsiima šių žinių sklaida bei interpretacija.

Pirminis susipažinimas su *prosumpciniais* projektais leidžia daryti prielaidą, kad esama skirtingų *prosumpcijos* ir *prosumerių* tipų. Todėl verta sistemiškiau aptarti egzistuojančias *prosumpcijos* klasifikacijas, jas įvertinti ir pasiūlyti galimą alternatyvą.

Prosumpcijos klasifikacijos ir grupavimai

Prosumpcijos klasifikacijų yra pasiūlę George'as Ritzeris ir Davide'as Dusi. Ritzeris, teigdamas, kad tradicinės gamybos ir vartojimo iš esmės nelieka ir juos keičia *prosumpcija*, pasiūlo analitinį įrankį – *prosumpcijos* kontinuumą, atskleidžiantį veikėjo ištraukimo į produkto gamybą ir vartojimą mastą. Šio kontinuumo galuose – „*prosumpcija* kaip gamyba“ ir „*prosumpcija* kaip vartojimas“, viduryje – „subalansuota *prosumpcija*“ (Ritzer 2013). Pasiūlydamas šį įrankį, Ritzeris iš esmės visą įmanomą gamybinę ir kūrybinę veiklą bei vartojimą patalpina tarp dviejų kontinuumo galų. Autoriaus teigimu, gamyba ir vartojimas tėra *prosumpcijos* fazės, kurios realybėje beveik visada daugiau ar mažiau sutampa (Ritzer 2016; 10). Taigi „*prosumpcijos* kaip gamybos“ gale atsiduria, pavyzdžiui, mašinų gamyklos darbuotojas, kurio veikla tradiciškai būtų nusakoma kaip gamyba, tačiau tam, kad pagamintų produktą ar jo dalį, šis darbininkas naudoja tam tikras medžiagas, išteklius, taigi sykiu yra ir vartotojas. Kitame kontinuumo gale gali atsidurti prabangios garsaus prekės ženklo batų parduotuvės klientas, kuris iš esmės yra vartotojas, tačiau kaip kūrėjas dalyvauja kurdamas savo apsipirkimo patirtį ir prekės ženklo patirtį.

Tačiau Ritzerio pasiūlyta klasifikacija yra tokia plati ir abstrakti, kad atrodo sunkiai empiriškai pritaikoma ir mažai teidžianti pasakyti apie *prosumpcijos* specifiką konkrečiose veiklos srityse, jos laipsnį. Be to, taikant Ritzerio *prosumpcijos* kontinuumą taip, kaip jis suformuluotas, reikėtų priimti ir jo teorines prielaidas, kad, apskritai, bet kokią veiklą galima laikyti *prosumpcija* (tik skirtingomis jos formomis). Iš esmės, *prosumpcijos* kontinuumas ir yra bandymas pagrįsti šį teiginį, nedetalizuojant, ar ir kaip toks įrankis galėtų būti pritaikomas konkrečios veiklos ar konkretaus veikėjo veiklų analizei.

Zwico vertinimu, Ritzerio *prosumpcijos* kontinuumas toks, kaip yra suformuluotas, pasižymi itin ribotomis analitinėmis galimybėmis, nes tomis pačiomis kategorijomis („*prosumpcija* kaip gamyba“, „subalansuota *prosumpcija*“, „*prosumpcija* kaip vartojimas“) apimamos labai skirtingos veiklos. Nesigilindami į veiklos specifiką ir tiek gamyklos darbininką, tiek kompiuterinių programų dizainerį laikydami „*prosumeriu* kaip gamintoju“, ant Zwico, prarandame galimybę pasakyti apie šią veiklą ką nors daugiau. Autoriaus teigimu, svarbu ne tik abstrakti skirtis tarp gamybos ir vartojimo fazių, bet ir tai, kas bei kaip yra gaminama ir vartojama (Zwick 2015; 488).

Empiriškai pritaikyti Ritzerio *prosumpcijos* kontinuumą pabandė Dusi ir Huismanas (2020), analizavę studentų vaidmenis aukštojo mokslo sistemoje. Autoriai šio įrankio taikymą modifikavo ir naudojo siekdami įvertinti bei klasifikuoti veiklos tik vienoje konkrečioje srityje niuansus. Tai leido išryškinti, kaip atskiri vienos veiklos (studijavimo aukštojoje mokykloje) momentai pasižymi skirtingomis charakteristikomis (ištraukimo intensyvumas, dalyvavimo mastas ir pan.), atskleisti skirtumus, kurie gali būti fiksuojami ta pačia veikla užsiimant skirtingiems veikėjams, ir pasiūlyti alternatyvią studentų vaidmenų aukštajame moksle sampratą.

Paties Dusi pasiūlytoje *prosumpcijos* tipologijoje skiriami penki *prosumpcinės* veiklos tipai: 1) gamintojo ir vartotojo bendradarbiavimas vystant produktą; 2) vartotojų apsitarnavimas;

3) skaitmeninė *prosumpcija*; 4) kūrimas iš prieinamų, esamų artefaktų / brikoliažas; 5) lygiaverčių bendradarbiaujančių veikėjų *prosumpcija* (angl. *producer–consumer collaboration in product development; customer self-service; basic digital prosumption; bricolage; collaborative (peer-to-peer) prosumption*; Dusi 2017; 4).

Pažymėtina, kad šis skirstymas – labiau klasifikacija nei tipologija. Jo tikslas yra atskleisti, kaip skirtingos *prosumpcinės* veiklos gali būti grupuojamos į tas, kurių metu veikėjas yra išnaudojamas – tradicinis gamintojas pasinaudoja produktyviais vartotojų praktikų aspektais (pirmi trys tipai), ir tas, kurių metu jis yra įgalinamas – siekdamas savo tikslų, pakeičia tradicinį gamintoją ir taip keičia esamas struktūras (likę du tipai).

Dusi tipų suformulavimo kriterijai nėra iki galo aiškūs ir sistemiški. Autorius mini aplinkybes ir sąlygas, kuriomis vyksta *prosumpcinė* veikla, tačiau nepateikia sistemiško grupavimui svarbių charakteristikų sąrašo. Taip pat laikytume, kad kai kurie iš šių tipų iš dalies sutampa. Pavyzdžiui, skaitmeninė *prosumpcija* ir brikoliažas: labai dažnai brikoliažas (tarkime, muzikos kūrinių *remiksavimas*) taip pat vyksta skaitmeninėje erdvėje, skaitmeninėse platformose, o duomenų apie vartotojus rinkimas (t. y. *išnaudojimas*) gali vykti tuo pat metu, kai šie veikėjai užsiima juos įgalinančiomis veiklomis. Kita vertus, jei skaitmeninė *prosumpcija* laikome narystę socialinių tinklų platformose, tai mūsų anksčiau pristatyti autoriai yra rašę, jog vien dalyvavimas tokiose platformose dar nereiškia, kad veikėjai užsiima *prosumpcija* – įmanomas ir pasyvus kitų dalyvių sukuriamo turinio vartojimas (žr. Denegri-Knott and Zwick 2012; Fuchs 2017). Tse ir Tsang (2021) yra parodę, kad įvairios socioekonominės aplinkybės nulemia, ar į tokią pat veiklą įsitraukę veikėjai bus *prosumeriai* ar paprasti vartotojai.

Kaip teigia Dusi, jo *prosumpcinės* veiklos skirstymas į penkias grupes atsirado analizuojant literatūrą apie galimas ir esamas *prosumpcijos* raiškos formas. Tiesa, autorius pabrėžia, kad jo siūlomas *prosumpcinės* veiklos skirstymas nesiekia aprėpti visų įmanomų *prosumpcijos* pasireiškimo būdų (Dusi 2017; 4). Vis dėlto tokia klasifikacija yra naudinga kaip mėginimas analitiškiau pažvelgti į *prosumpcinę* veiklą, jos pobūdį, galimus skirtingus raiškos būdus ir jų specifiką.

Verta paminėti ir kitą tipologiją, kurią pasiūlė Marie-Anne Dujarier (2014). Nesusisaistydama išskirtinai su *prosumpcijos* sąvoka, ji analizuoja produktyvias vartotojų praktikas. Dujarier vartoja sąvoką *vartotojo darbas* (angl. *consumer work*) ir pasiūlo tipologiją, atsižvelgdama į keturis aspektus: 1) kokia veikla priskiriama vartotojui ir kaip ji organizuojama; 2) koks darbas realiai atliekamas; 3) koks gaunamas rezultatas; 4) kokią prasmę šis darbas turi tiems, kurie jį atlieka. Dujarier į savo analizę įtraukia tik tokius atvejus, kur yra aiškus tam tikrai veiklai vykdyti reikalingos paslaugos, prekės ar infrastruktūros gamintojas ir (ar) tiekėjas, kuris yra ir pagrindinis naudos gavėjas, ir kuris nėra tas pats veikėjas, kuris atlieka analizuojamą darbą (todėl, pavyzdžiui, tokie projektai kaip *Wikipedia*, kurio platformos ir (ar) infrastruktūros tiekėjas, bent formaliai, negauna jokios materialinės naudos, į šią tipologiją nepatenka).

Autorė išskiria tris produktyvių vartotojo praktikų tipus: 1) gamintojo tam tikra kryptimi nukreipta gamyba savo reikmėms, kurios metu gamintojas paprastas užduotis „paveda“ atlikti vartotojui (angl. *directed self-production*); 2) bendra kūryba bendradarbiaujant (angl. *collaborative coproduction*); 3) organizacinis darbas (angl. *organizational work*). Pirmojo tipo atveju,

atlikdami produktyvias praktikas, vartotojai dirba tam, kad galėtų vartoti; čia patenka tokios veiklos kaip apsitarnavimas degalinėse, bankomatuose, savitarnos kasose prekybos centruose, apsipirkimas elektroninėse parduotuvėse ir pan. Antrasis tipas iš esmės siejasi su veikla internete, kur įmonės sugeba pasiimti naudą iš laisvai ir neapmokamai masės vartotojų atliekamos veiklos, gauti pelno naudodamos sutelktinius šaltinius, vartotojų paliekamus duomenis. Trečiajam tipui Dujarier priskiria tokias veiklas, kurios nėra tiesiogiai būtinos vartojimui, bet atliekamos tam, kad produkto ar paslaugos pasirinkimas būtų subjektyviai ir socialiai priimtinas, kai gamintojas ir (ar) tiekėjas nepateikia visos reikalingos informacijos (pavyzdžiui, pastangos išsirinkti drabužį, kurio gamyboje nebuvo naudojamas vaikų darbas, ir pan.; Dujarier 2014; 565). Šie autorės suformuluoti tipai, nors taip pat neapima visos įmanomos *prosumpcinės* veiklos, parodo, kad *prosumpcija* gali vykti skirtingais veiklos momentais ir gali skirtis tiek tikslais, tiek forma, tiek juos inicijuojančiųjų ir atliekančiųjų motyvacija.

Nelabai sudėtinga ir ne itin teoriškai išplėtotą klasifikaciją galėtų būti laikomi Kotlerio išskirti du *prosumerių* profiliai: aistringas mėgėjas ir *prosumeris* iš esmės (angl. *The Avid Hobbyist* ir *The Archprosumer*; 2010 [1986]; 58–59). Pirmasis *prosumpcija* užsiima siekdamas patenkinti savo pomėgius ar išreikšti gebėjimus, todėl anot Kotlerio, yra gamintojas dviejose sferose – savo darbe ir laisvalaikiu, tik pastaruoju atveju gamyba susilieja su vartojimu. Antrajam profiliui priskirtini *prosumeriai* iš principo vengia būti masinės vartotojų visuomenės dalimi ir vartoti masinės gamybos produktus, todėl iš esmės viską (ar – beveik viską) savo poreikiams siekia pasigaminti ar susikurti patys. Ši klasifikacija, vėlgi, padeda suprasti, kad *prosumpcija* veikėjai gali užsiimti vadovaudamiesi skirtingais motyvais ir tokia veikla gali užimti skirtingą jų veiklų visumos dalį.

Taigi visos šios klasifikacijos patvirtina, jog apie *prosumpcinę* veiklą ir *prosumerius*, jei norime atskleisti tokios veiklos ir veikėjų bei jų motyvacijų įvairovę, reikėtų kalbėti niuansuotai. Juo labiau turėtume būti jautrūs niuansams, jei apie *prosumpciją* norime kalbėti neapsiribodami vien grynai ekonominiais santykiais. Tačiau aptartieji skirstymai yra arba pernelyg abstraktūs, arba remiasi nevienmačiais kriterijais, arba apima tik dalį visos *prosumpcijai* priskirtinos veiklos. Tad kokia turėtų būti *prosumpcijos* tipologija, leidžianti sistemiškiau analizuoti tokio pobūdžio veiklą?

Naujoji *prosumpcijos* tipologija

Prosumpcijos tipologija turėtų padėti atskleisti konkrečios *prosumpcinės* veiklos intensyvumą ir mastą, taip pat – leisti bent iš dalies suprasti veikėjų motyvaciją užsiimti tokia veikla. Konkretūs motyvai gali būti labai saviti vienai ar kitai veiklai, tačiau verta galvoti, ką apie juos įmanoma pasakyti bendriausia prasme. Tam gali būti naudingos ir kai kurios veikėjų ar veikėjų tipų charakteristikos.

Vertinant aptartas klasifikacijas, galima išskirti kriterijus, kurie laikytini svarbiausiais ir gali būti prasmingos tipologijos pagrindas, o kurių galima atsisakyti. Aptardami *prosumpcijos* konceptualizacijas, jau minėjome, kad išnaudojimo ir įgalinimo skirties nelaikytume pirmine

prosumpcijos apibrėžčiai. Ši skirtis dažnai priklauso nuo analizės požiūrio taško ir taikomų teorinių priegū bei vertybinių nuostatų, o abi ypatybės gali būti būdingos tai pačiai veiklai. Tarp gamybos ir vartojimo esama dialektinio ryšio, ir tą charakterį dažnai išlaiko ir *prosumpcinės* praktikos, t. y. tai, kas vienus įgalina, gali duoti pelno kitiems, o kai kurios sąlygos užsiimti įgalinančiomis praktikomis (technologinės ir kt.) atsiranda būtent todėl, kad yra kažkam naudingos.

Kita sąlyga, kuri yra labai svarbi aplinkybė vienoms ar kitoms *prosumpcijos* ypatybėms ir kryptims plėtotis, tačiau taip pat yra kiek per plati kategorija, kad būtų galima pasakyti ką nors būdingesnio apie *prosumpcinę* veiklą, yra vieta, kurioje ta veikla vyksta – skaitmeninė, *reali* ar jas abi apimanti erdvė. Viena vertus, daugelis *prosumpcinių* praktikų plėtojasi būtent skaitmeninėje erdvėje ir čia veikėjai į jas įsitraukia aktyviausiai ir yra daugiausia kryptčių, kaip jos gali vystytis. Kita vertus, dalis veiklų (pavyzdžiui, vartotojų apsitarnavimas (angl. *customer self-service*)) gali vykti tiek skaitmeninėje, tiek *realioje*, tiek jas abi apimančioje erdvėje, ir tai nebūtinai yra esminė tų veiklų charakteristika.

Galvodami apie minėtas klasifikacijas ir *prosumpcijos* empirinius atitikmenis, esminiais kriterijais *prosumpcinių* veiklų skirstymui laikytume:

- a) bendradarbiavimo *prosumpcinėje* veikloje pobūdį, t. y. ar ji yra **individuali**, ar **kolaboracinė**. Reikia pasakyti, kad šis kriterijus gali nebūti visiškai vienareikšmis, jei turėsime omenyje, kad iš principo beveik visa *prosumpcinė* veikla yra kolaboracinė kuriuo nors momentu (pavyzdžiui, tokiai veiklai kaip muzikos *remiksavimas* reikalinga, kad kažkas kitas prieš tai jau būtų kažką sukūręs ar pagaminęs). Todėl čia būtinas patikslinimas: kalbame apie konkretų veiklos momentą ir veiklos ar projekto rezultatą – ar tam, kad jį gautum, pakanka atlikti veiksmą vienam, ar reikia bendradarbiauti su kitais norimo rezultato gavėjais (plg., tinklaraščio rašymas ir atvirojo kodo operacinės sistemos kūrimas);
- b) pirminę priežastį užsiimti konkrečia *prosumpcine* veikla, t. y. ar ja užsiimama dėl to, kad „norisi“, ar dėl to, kad „reikia“. Formuluojuame dvi galimas pozicijas: **prosumpcija kūrybai** (t. y. *prosumpcine* veikla užsiimama ir *prosumpcijos* priemonėmis naudojamosi tam, kad būtų sukurta kažkas nauja – produktai, paslaugos, žinios, ryšiai, etc.) ir **prosumpcija naudojimui** (t. y. *prosumpcine* veikla užsiimama ir *prosumpcijos* priemonės naudojamos tam, kad gautum konkrečią parduodamą prekę ar paslaugą, arba prisitaikytum konkretų pagamintą ar gaminamą artefaktą savo naudojimui). Šį kriterijų įvardijame atsižvelgdami į Ritzerio siūlomas kraštines *prosumpcijos* kontinuumo pozicijas (*prosumpcija kaip gamyba* ir *prosumpcija kaip vartojimas*) ir jas modifikuodami, taip pat – į Dujarier klasifikacijos pirmojo tipo specifiką (*prosumpcija* kaip darbas, kuris atliekamas tam, kad galėtum vartoti, angl. [*work*] *in order to be able to consume*, Dujarier 2014; 562). Turėdami galvoje besiplečiantį *prosumpcijos* sąvokos taikymo lauką ir siekdami, kad mūsų tipologija būtų pritaikoma ne tik grynai ekonominiams santykiams analizuoti, čia vietoj *gamybos* ir *vartojimo* pasitelkiame *kūrybos* ir *naudojimo* sąvokas. Jos labiau tinka ir atsižvelgiant į anksčiau aptartą skaitmeninės erdvės artefaktų savitumą. Šiame punkte suformuluotos dvi pozicijos taip pat iš dalies atspindi *prosumpcijos* conceptualizacijų apžvalgoje minėtą

įtampą tarp išnaudojimo ir įgalinimo, tačiau leidžia jų tiesiogiai nesieti su konkrečiomis platformomis ar *prosumpcinės* veiklos erdvėmis;

- c) *prosumpcinė* veikla užsiimančių veikėjų pasirengimo lygį, t. y. ar reikia turėti kokių nors savitų žinių ar specializaciją, kad galėtum (lengviau) užsiimti konkrečia *prosumpcinė* veikla. Prie šio kriterijaus priskirtume tiek technines, tiek savitas dalykines žinias ir kompetencijas. Kaip aptarta anksčiau, vienas esminių *prosumpcijos* atributų yra tas, kad tai yra nemokama (formaliu atlyginimu) veikla. Taigi čia turimas omenyje toks specialių žinių naudojimas, kuris vyksta ne tiesioginių pareigų darbe atlikimo metu. Ši kriterijų laikome svarbiu, nes jis, bendriausia prasme, gali padėti suprasti motyvaciją rinktis įsitraukti į konkrečią *prosumpcinę* veiklą. Konkretūs motyvai gali būti labai skirtingi, nes jie priklauso nuo veiklos, ir jiems atskleisti reikalingi empiriniai tyrimai. Tačiau galima numanyti, kad šis kriterijus turėtų padėti fiksuoti skirtingą motyvacijos įsitraukti stiprumą ir pobūdį (pavyzdžiui, skirtingos motyvacijos gali reikėti užsiimti veikla, turint ir neturint jai atlikti reikalingų įgūdžių; taip pat patys motyvai gali būti skirtingi, kai veikiama „savo“ ir „ne savo“ srityje). Tik metaforiškai ir dėl patogumo čia galimas fiksuoti pozicijas įvardysime „**specialistais**“ (turintieji konkrečioje *prosumpcinėje* veikloje pritaikomų savitų žinių ir įgūdžių) ir „**mėgėjais**“ (jų neturintieji). Pagal šiuos kriterijus sudarytą *prosumpcijos* tipologiją pateikiame 2 lentelėje.

2 lentelė. *Prosumpcijos tipologija*

	„Specialistas“ (S)		„Mėgėjas“ (M)	
	Individuali (I)	Kolaboracinė (K)	Individuali (I)	Kolaboracinė (K)
Prosumpcija kūrybai (pK)	(1) <i>prosumpcija</i> kūrybai, kuria individualiai užsiima „specialistas“ (pKIS)	(2) <i>prosumpcija</i> kūrybai, kuria kolaboruodami užsiima „specialistai“ (pKKS)	(3) <i>prosumpcija</i> kūrybai, kuria individualiai užsiima „mėgėjas“ (pKIM)	(4) <i>prosumpcija</i> kūrybai, kuria kolaboruodami užsiima „mėgėjai“ (pKKM)
Prosumpcija naudojimui (pN)	(5) <i>prosumpcija</i> naudojimui, kuria individualiai užsiima „specialistai“ (pNIS)	(6) <i>prosumpcija</i> naudojimui, kuria kolaboruodami užsiima „specialistai“ (pNKS)	(7) <i>prosumpcija</i> naudojimui, kuria individualiai užsiima „mėgėjas“ (pNIM)	(8) <i>prosumpcija</i> naudojimui, kuria kolaboruodami užsiima „mėgėjai“ (pNKM)

Tokia tipologija leidžia išskirti aštuonis *prosumpcijos* tipus. Derėtų įvertinti, ar visi jie gali turėti empirinių atitikmenų ir yra prasmingi. Pirmajam tipui (pKIS) galėtume priskirti, pavyzdžiui, tokią veiklą kaip tinklaraščio rašymas laisvalaikio savo profesine tema ar susijusiomis temomis, panaudojant tam esamas tinklaraščių (angl. *blog*) platformas; antrajam tipui (pKKS)

galima priskirti atvirojo kodo operacinių sistemų kūrimą, veiklą specializuotuose socialiniuose tinkluose, pavyzdžiui: *Academia.edu*, *ResearchGate*, etc.; trečiajam (pKIM) – įvairaus pobūdžio tinklaraščių rašymą (ne pagal profesinę specializaciją), mėgėjišką turinio *You Tube* kūrimą, muzikos *remiksavimą* (kol šios veiklos netampa pajamų šaltiniu); ketvirtajam (pKKM) – *Wikipedia*, veiklą nespecializuotuose socialiniuose tinkluose, pavyzdžiui, *Facebook*, *Twitter*, įvairias socialines iniciatyvas, kylančias siekiant rasti tam tikrai grupei reikalingus sprendinius, kai jų nėra rinkoje, arba norint sukurti alternatyvas rinkoje esantiems sprendiniams ir (ar) artefaktams etc.; penktajam (pNIS) – specialybės žinių turinčių veikėjų savo poreikiams atliekamus DIY tipo darbus (remontas, siuvimas ir pan.) ir kitus darbus, kurie žinių ir (ar) įgūdžių turinčio veikėjo atliekami savarankiškai, užuot samdžius kitą profesionalą; šeštajam (pNKS) – produktų ar kitų artefaktų kolektyvinius patobulinimus, kuriems atlikti reikalinga turėti specifinių žinių ir (ar) įgūdžių (pavyzdžiui, *Lego* konstruktorių naujų dizaino variantų konkursuose kūrimas ir pan.); septintajam (pNIM) – vartotojų apsitarnavimą prekybos centruose, bankomatuose, elektroninėse parduotuvėse, DIY tipo darbų atlikimą neturint specialių žinių ir (ar) įgūdžių ir pan.; aštuntajam (pNKM) – bendruomene paremtas paslaugas, dažnai sujungiančias skaitmeninę ir neskaitmeninę erdves, tokias kaip *Airbnb*, *Amazon.com* atsiliepimų sistema, dalijimasis automobiliais.

Šis pavyzdžių sąrašas nėra baigtinis, jis pateiktas siekiant patikrinti, ar kiekvienas išskirtas tipas turi empirinių atitikmenų. Tačiau manytume, kad bet kurią konkrečią *prosumpcinę* veiklą turėtų būti galima priskirti vienam iš minėtų tipų.

Reikia pažymėti, kad kai kurios interneto platformos, kaip visuma, gali apimti keliems tipams priskirtinas *prosumpcines* veiklas. Pavyzdžiui, *Amazon.com* galima ir apsipirkti, t. y. apsitarnauti, ir rašyti bei skaityti atsiliepimus apie prekes, *Wikipedia* gali rašyti ir nespecialistas, ir specialistas, nespecializuoti socialiniai tinklai gali būti naudojami ir su specialybe susijusiems tikslams. Taip yra todėl, kad didelė dalis *Web 2.0* platformų yra ir *prosumpcijos* erdvė, ir priemonė, ir jei jos kompleksiškos, tada ir jų panaudojimo galimybės gali būti keleriopos, atsizvelgiant į veikėjų turimus tikslus, poreikius ir įgūdžius. Taip pat verta prisiminti, kad socialinių tinklų platformų naudojimas dar savaime nereiškia, jog užsiimama *prosumpcija*, todėl reikalingi empiriniai konkrečių veiklų tyrimai. Jie taip pat padėtų geriau suprasti motyvaciją įsitraukti į *prosumpcinę* veiklą, aiškintis, kaip ši motyvacija siejasi su sprendimais ar poreikiu veiklos imtis individualiai ar kolaboruojant, žinių ir įgūdžių (ne)turėjimo poveikį motyvacijai užsiimti *prosumpcija*.

Išvados

Prosumpcijos sąvoka, žyminti gamybos ir vartojimo susiliejimą, yra sąlyginai nauja ir socialinių mokslų tyrimuose šiuo metu daugiausia pasitelkiama tiriant veiklą *Web 2.0*. Tačiau apie šį fenomeną rašančių autorių *prosumpcijos* apibrėžimai labai skiriasi. Siekdami išgryninti *prosumpcijos* sąvoką, vadovaudamiesi Johno Gerringo konceptų darybos metodologiniais nurodymais, suformulavome minimalų apibrėžimą: *prosumpcija* – tai gamybą ir vartojimą sujungianti nemokama veikla savo, artimųjų ar bendruomenės labui.

Straipsnyje pateikiamas ir maksimalus apibrėžimas (idealusis tipas), kuris išplečia sąvoką, apimdama tokius atributus, kuriuos gali turėti, bet nebūtinai turės kiekvienas empirinis referentas. *Prosumpcijos* maksimalus apibrėžimas, be jau minėtų atributų, numato ir tai, kad būdingiausia jos erdvė – skaitmeninė; ši veikla ja užsiimančiajam teikia pasitenkinimą; vyksta individualiai arba kolaboruojant; teikia naudą ir (ar) turi vertę ne tik ja užsiimantiesiems; sudaro sąlygas keisti nusistovėjusias struktūras ir hierarchijas; jos objektai gali būti tiek materialūs, tiek nematerialūs artefaktai. Atsižvelgdami į daugelio autorių pastebėjimus, kad internete kuriami artefaktai savo prigimtimi ir forma skiriasi nuo tradiciškai apibrėžiamų produktų, į maksimalią sąvoką taip pat įtraukiame ne tik gamybos ir vartojimo, bet ir kūrybos bei naudojimo procesus.

Prosumpcijos samprata dažniausiai taikoma ekonominiams santykiams analizuoti, tačiau jos taikymo laukas plečiasi. Šis konceptas taip pat gali būti naudojamas tiriant skaitmenizacijos poveikį mokslui, žinių ir informacijos kūrimui bei perdavimui, analizuojant didelio masto bendradarbiavimą ir veikėjų įsitraukimą tokiose srityse kaip pilietinis ir politinis dalyvavimas, aplinkosauga, organizacijų struktūra. Be to, *prosumpcinės* veiklos motyvų ir pasekmių analizė atveria konceptualiai naujų kelių gilintis į skaitmenizacijos poveikį autorystės ir autoriteto sampratoms.

Tiek besiplečiantis *prosumpcijos* sąvokos taikymo laukas, tiek maksimali jos apibrėžimo versija rodo, kad tai nėra vienalytė veikla. Iki šiol suformuluotos *prosumpcijos* klasifikacijos yra bandymai atspindėti galimus tokios veiklos niuansus, tačiau jos arba nepakankamai išsamios, arba apsiriboja tam tikra sritimi, arba nepateikia aiškių vienmačių grupavimo kriterijų. Todėl pasiūlėme sistemingiau sudarytą *prosumpcinių* veiklų tipologiją, kurios išeities taškas yra trys kriterijai: 1) bendradarbiavimo *prosumpcinėje* veikloje pobūdis (individuali arba kolaboracinė); 2) pirminė priežastis užsiimti konkrečia *prosumpcine* veikla – dėl to, kad „reikia“, ar dėl to, kad „norisi“ (*prosumpcija* kūrybai arba *prosumpcija* naudojimui); 3) pasirengimo lygis – ar savitos techninės arba specialybės žinios ir kompetencijos padeda veikėjui lengviau įsitraukti į konkrečią *prosumpcinę* veiklą („specialistai“ arba „mėgėjai“; šis įvardijimas – sąlyginis ir metaforiškas, nes visi *prosumeriai* iš principo yra mėgėjai ta prasme, kad už šią veiklą negauna formalaus atlyginimo).

Remiantis šiais kriterijais išskirti aštuoni *prosumpcinės* veiklos tipai, kurie leidžia atitinkamai grupuoti empirinius referentus. Empiriniai tyrimai sudarytų sąlygas detaliau gilintis į *prosumpcinėmis* veiklomis užsiimančių veikėjų motyvaciją ir įsitraukimo į tokią veiklą intensyvumą. Plečiantis skaitmenizacijos mastui ir bręstant kartai, kuriai nuo mažumės skaitmeninė erdvė yra natūrali ir integrali kasdienybės dalis, šios erdvės veikimo logika ir principai, tikėtina, persikelia ir į kitas realybes bei veiklos sferas. Todėl *prosumpcijos* sąvoka, kuri yra vienas iš bandymų atspindėti šiuos principus ir logiką, galėtų būti naudinga toliau gilinantįs į su skaitmenizacija susijusius socialinius pokyčius ir padėti juos geriau suprasti.

Straipsnyje pasiūlyta tipologija leidžia nuodugniau gilintis į tai, kas literatūroje bendrai apibrėžiama kaip *prosumpcija*. Kaip rodo *prosumpcijos* tyrimų analizė, ši sąvoka pastarąjį dešimtmetį dažniausiai vartojama su skaitmenizacija susijusiems procesams apmąstyti ir tirti. Tačiau išsamesnis *prosumpcinių* veiklų tyrimas leistų aiškiau perprasti skaitmenizacijos poveikio

socialiniams santykiams ir struktūroms mastą bei gylį. T. y. atskirų *prosumpcinės* veiklos tipų ir jų raiškos skirtingose srityse tyrimai gali padėti aiškiau išvelgti, ar galima kalbėti apie su *Web 2.0* veikimu sietinų vertybių įsitvirtinimą, ar kaip tik vyksta jau žinomų veiklos formų prisitaikymas prie naujų veikimo sąlygų ir aplinkybių; taip pat – kokiomis formomis skirtingose socialinės veiklos srityse reiškiasi technologinių ir ekonominių transformacijų efektai.

Kitaip nei kai kurie cituoti autoriai, nemanome, kad dėl *Web 2.0* plėtros tradicinės gamybos ir vartojimo sąvokos (ar skirtis tarp jų) praranda aktualumą. Dėl darbo pasidalijimo ir technologinio išsivystymo masto visada bus sričių, reikalaujančių pernelyg daug specializuotų žinių ar tam tikrų išteklių, laiko sąnaudų, kad vartotojai galėtų arba norėtų perimti veiklas iš gamintojų. Arba – kur tokių veiklų perduoti vartotojams paprasčiausiai neapsimoka. O *prosumpcijos* samprata yra priemonė užčiuopti ir išreikšti, kaip ten, kur gamyba ir vartojimas susilieja, veikia galbūt naujos santykių formos ir kinta socialinis kontekstas, kokios motyvacijos vartotojus ar naudotojus skatina arba verčia įsitraukti į produktų ir artefaktų gamybą ir kūrybą.

Padėka

Nuoširdžiai dėkoju žurnalo redaktoriui Liutaurui Kraniauskui ir anoniminiam recenzentui už vertingus, taiklius pastebėjimus ir komentarus bei diskusinius klausimus, padėjusius tekstui įgauti esamą formą. Taip pat esu dėkinga profesoriumi Zenonui Norkui už patarimus ir nukreipimus rengiant šį straipsnį.

Literatūra

- Ambert, Michel. 2014. „Théorie micro-économique et prosommateur“, *Archive ouverte en Sciences de l'Homme et de la Société, January 24, 2015* [interaktyvus]. Prieiga internetu: <<https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-01076828/>>. Žiūrėta 2021-07-20.
- Andrews, David L.; Ritzer, George. 2018. „Sport and Prosumption“, *Journal of Consumer Culture* 18 (2): 356–373. <https://doi.org/10.1177/1469540517747093>.
- Benkler, Yochai; Nissenbaum, Helen. 2006. „Commons-based Peer Production and Virtue“, *The Journal of Political Philosophy* 14 (4): 394–419. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9760.2006.00235.x>.
- Bruns, Axel. 2008. „The Future Is User-Led: The Path towards Widespread Prodsusage“, *The Fibreculture Journal* 11: 1–20. Prieiga internetu: <http://prodsusage.org/node/15>.
- Bruns, Axel. 2012. „Reconciling Community and Commerce? Collaboration between Prodsusage Communities and Commercial Operators“, *Information, Communication & Society* 15 (6): 815–835. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2012.680482>.
- Bruns, Axel. 2013. „From Prosumption to Prodsusage“ in Ruth Towse and Christian Handke (eds.) *Handbook on the Digital Creative Economy*. Cheltenham: Edward Elgar Pub.: 67–78.
- Bruns, Axel. 2016. „Prosumption, Prodsusage“ in *The International Encyclopedia of Communication Theory and Philosophy*: 1–5. <https://doi.org/10.1002/9781118766804.wbiect086>.
- Bruns, Axel; Highfield, Tim. 2012. „Blogs, Twitter, and Breaking News: The Prodsusage of Citizen Journalism“ in Rebecca Ann Lind (ed.) *Prodsusing Theory in a Digital World: The Intersection of Audiences and Production in Contemporary Theory*. New York: Peter Lang Publishing: 15–32.
- Bruns, Axel; Schmidt, Jan-Hinrik. 2011. „Prodsusage: A Closer Look at Continuing Developments“, *New Review of Hypermedia and Multimedia* 17 (1): 3–7. <https://doi.org/10.1080/13614568.2011.563626>.

- Davis, Jenny L. 2014. „Blogging my Academic Self“ in Nicole D. Farris, Mary Ann Davis, and D’Lane R. Compton (eds.) *Illuminating How Identities, Stereotypes and Inequalities Matter through Gender Studies*. Dordrecht: Springer: 3–8. https://doi.org/10.1007/978-94-017-8718-5_1.
- Degli Esposti, Piergiorgio. 2017. „Creatività automazione, la contraddizione dell’essere prosumer. Mak-ers tra produzione e consumo“ [pranešimas], *Paper e Poster dal primo Convegno SISEC 2017*. Prieiga internetu: <http://www.sisec.it/wp-content/uploads/2017/02/Degli-esposti.pdf>.
- Denegri-Knott, Janice; Zwick, Detlev. 2012. „Tracking Prosumption Work on eBay: Reproduction of Desire and the Challenge of Slow Re-McDonaldization“, *American Behavioral Scientist* 56 (4): 439–458. <https://doi.org/10.1177/0002764211429360>.
- Deuze, Mark; Bruns, Axel; Neuberger, Christoph. 2007. „Preparing for an Age of Participatory News“, *Journalism Practice* 1 (3): 322–338. <https://doi.org/10.1080/17512780701504864>.
- Dodge, Martin; Kitchin, Rob. 2013. „Crowdsourced Cartography: Mapping Experience and Knowledge“, *Environment and Planning A: Economy and Space* 45 (1): 19–36. <https://doi.org/10.1068/a44484>.
- Dujarier, Marie-Anne. 2014. „The Three Sociological Types of Consumer Work“, *Journal of Consumer Culture* 16 (2): 555–571. <https://doi.org/10.1177/1469540514528198>.
- Dusi, Davide. 2015. „The Perks and Downsides of Being a Digital Prosumer: Optimistic and Pessimistic Approaches to Digital Prosumption“, *International Journal of Social Science and Humanity* 6 (5): 375–381. <https://doi.org/10.7763/IJSSH.2016.V6.675>.
- Dusi, Davide. 2016. „Participative Web, Social Utility and ICT Adoption: An Issue of Alignment“, *Amsterdam Social Science* 7 (1): 39–62.
- Dusi, Davide. 2017. „Investigating the Exploitative and Empowering Potential of the Prosumption Phenomenon“, *Sociology Compass* 11 (6): 1–11. <https://doi.org/10.1111/soc4.12488>.
- Dusi, Davide. 2018a. „Beyond Prosumer Capitalism: Retaining the Original Understanding of Prosumption“, *Current Sociology* 66 (5): 663–681. <https://doi.org/10.1177/0011392117697459>.
- Dusi, Davide. 2018b. *Tackling Social Issues through Digital Innovation: A Sociological Inquiry into Prosumption and Its Empowering and Exploitative Potential*. [Daktaro disertacija]. Prieiga internetu: <https://biblio.ugent.be/publication/8614270>.
- Dusi, Davide. 2019. „Social Innovation Driven by Citizen-Led Digital Innovation: Technologies of Citizenship and the War on Unemployment in Flanders“, *Citizenship Studies* 23 (8): 853–869. <https://doi.org/10.1080/13621025.2019.1664407>.
- Dusi, Davide; Huisman, Jeroen. 2020. „It’s more complex than it seems! Employing the concept of prosumption to grasp the heterogeneity and complexity of student roles in higher education“, *Higher Education* 03 July 2020. <https://doi.org/10.1007/s10734-020-00588-1>.
- Fuchs, Christian. 2009. „Information and Communication Technologies and Society. A Contribution to the Critique of the Political Economy of the Internet“, *European Journal of Communication* 24 (1): 69–87. <https://doi.org/10.1177/0267323108098947>.
- Fuchs, Christian. 2010. „Labor in Informational Capitalism and on the Internet“, *The Information Society* 26 (3): 179–196. <https://doi.org/10.1080/01972241003712215>.
- Fuchs, Christian. 2011. „Web 2.0, Prosumption, and Surveillance“, *Surveillance & Society* 8 (3): 288–309. <https://doi.org/10.24908/ss.v8i3.4165>.
- Fuchs, Christian. 2012. „Towards Marxian Internet Studies“, *tripleC* 10 (2): 392–412. <https://doi.org/10.31269/triplec.v10i2.277>.
- Fuchs, Christian. 2014. „Digital Prosumption Labour on Social Media in the Context of the Capitalist Regime of Time“, *Time & Society* 23 (1): 97–123. <https://doi.org/10.1177/0961463X13502117>.
- Fuchs, Christian. 2017. „From Digital Positivism and Administrative Big Data Analytics towards Critical Digital and Social Media Research!“, *European Journal of Communication* 32 (1): 37–49. <https://doi.org/10.1177/0267323116682804>.

- Fuchs, Christian. 2020a. „The Ethics of the Digital Commons“, *Journal of Media Ethics: Exploring Questions of Media Morality* 35 (2): 112–126. <https://doi.org/10.1080/23736992.2020.1736077>.
- Fuchs, Christian. 2020b. „History and Class Consciousness 2.0: Georg Lukács in the Age of Digital Capitalism and Big Data“, *Information, Communication & Society*, 2020, ahead-of-print, 1–19. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2020.1759670>.
- Fuchs, Christian. 2020c. „Towards a Critical Theory of Communication as Renewal and Update of Marxist Humanism in the Age of Digital Capitalism“, *Journal for the Theory of Social Behaviour* 50 (3): 335–356. <https://doi.org/10.1111/jtsb.12247>.
- Fuchs, Christian. 2021. „The Digital Commons and the Digital Public Sphere: How to Advance Digital Democracy Today“, *Westminster Papers in Communication and Culture* 16 (1): 9–26. <https://doi.org/10.16997/wpcc.917>.
- Fuchs, Christian; Bichler, Robert M.; Raffl, Celina. 2009. „Cyberethics and Co-operation in the Information Society“, *Science and Engineering Ethics* 15: 447–466. <https://doi.org/10.1007/s11948-009-9138-1>.
- Fuchs, Christian; Seignani, Sebastian. 2013. „What is Digital Labour? What is Digital Work? What’s Their Difference? And why do These Questions Matter for Understanding Social Media?“, *tripleC* 11 (2): 237–293. <https://doi.org/10.31269/triplec.v11i2.461>.
- Gerring, John. 2012. *Social Science Methodology: A Unified Framework*. New York: Cambridge University Press.
- Hellmann, Kai-Uwe. 2009. „Prosumismus im Zeitalter der Internetökonomie“, *SWS-Rundschau* 49 (1): 67–73. Prieiga internetu: <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-250352>.
- Jemielniak, Dariusz; Przegalinska, Aleksandra. 2020. *Collaborative Society*. Cambridge, London: The MIT Press.
- Keen, Andrew. 2007. *The Cult of the Amateur: How Blogs, My Space, YouTube and the Rest of Today’s User-Generated Media Are Killing Our Culture and Economy*. New York: Doubleday/Currency.
- Konieczny, Piotr. 2021. „Book Review: Dariusz Jemielniak and Aleksandra Przegalinska, Collaborative Society“, *Journal of Sociology* March 2021 [online]: 1–2. <https://doi.org/10.1177/1440783321999467>.
- Kotler, Philip. 2010 [1986]. „The Prosumer Movement. A New Challenge for Marketers“ in Birgit Blätzel-Mink and Kai-Uwe Hellmann (eds.) *Prosumer Revisited. Zur Aktualität einer Debatte*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften: 51–60. https://doi.org/10.1007/978-3-531-91998-0_2.
- Kviat, Alexandra. 2021. „Post-digital Prosumption and the Sharing Economy of Space: The Pay-per-Minute Café“, *Journal of Consumer Culture* 0 (0) [online]: 1–22. <https://doi.org/10.1177/14695405211022080>.
- Norkus, Zenonas. 2009. „Apie klasikinę ir neklasikinę sąvokų darybą socialiniuose ir kultūros moksluose: minimalūs ir maksimalūs apibrėžimai, šeiminiai panašumai ir neraiškiosios aibės“, *Problemos* 75: 94–111. <https://doi.org/10.15388/Problemos.2009.0.1972>.
- O’Reilly, Tim. 2005. „What is Web 2.0. Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software“ in *www.oreilly.com*, 2005-09-30. Prieiga internetu: <https://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html>.
- Rayna, Thierry; Striukova, Ludmila. 2016. „Involving Consumers: The Role of Digital Technologies in Promoting ‘Prosumption’ and User Innovation“, *Journal of the Knowledge Economy*, 2016-07-05. <https://doi.org/10.1007/s13132-016-0390-8>.
- Ritzer, George; Jandrić, Petar; Hayes, Darah. 2018. „The Velvet Cage of Educational Con(pro)sumption“, *Open Review of Educational Research* 5 (1): 113–129. <https://doi.org/10.1080/23265507.2018.1546124>.
- Ritzer, George. 2010. „Focusing on the Prosumer. On Correcting an Error in the History of Social Theory“ in Birgit Blätzel-Mink and Kai-Uwe Hellmann (eds.) *Prosumer Revisited. Zur Aktualität einer*

- Debatte*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften: 61–80. https://doi.org/10.1007/978-3-531-91998-0_3.
- Ritzer, George. 2013. „Prosumption: Evolution, Revolution, or Eternal Return of the Same?“, *Journal of Consumer Culture* 14 (1): 3–24. <https://doi.org/10.1177/1469540513509641>.
- Ritzer, George. 2015a. „Automating Prosumption: The Decline of the Prosumer and the Rise of the Prosuming Machines“, *Journal of Consumer Culture* 15 (3): 407–424. <https://doi.org/10.1177/1469540514553717>.
- Ritzer, George. 2015b. „The “New” World of Prosumption: Evolution, “Return of the Same,” or Revolution?“, *Sociological Forum* 30 (1): 1–17. <https://doi.org/10.1111/socf.12142>.
- Ritzer, George. 2016. „Hospitality and Prosumption“ in Conrad Lashley (ed.) *The Routledge Handbook of Hospitality Studies*. London: Routledge: 233–246. <https://doi.org/10.4324/9781315679938>.
- Ritzer, George. 2017. „Developing Insights into Contemporary Con(pro)sumer Culture Based on Classical Ideas in Social Theory“, *Journal of Historical Research in Marketing* 9 (1): 34–40. <https://doi.org/10.1108/JHRM-05-2016-0009>.
- Ritzer, George; Dean, Paul; Jurgenson, Nathan. 2012. „The Coming of Age of the Prosumer“, *American Behavioral Scientist* 56 (4): 379–398. <https://doi.org/10.1177/0002764211429368>.
- Ritzer, George; Degli Esposti, Piergiorgio. 2020. „The Increasing Centrality of Prosumption in the Digital Capitalist Economy [Die zunehmende Zentralität des Prosumption in der digitalen kapitalistischen Wirtschaft]“, *Österreichische Zeitschrift für Soziologie* 45: 351–369. <https://doi.org/10.1007/s11614-020-00422-z>.
- Ritzer, George; Jurgenson, Nathan. 2010. „Production, Consumption, Prosumption. The Nature of Capitalism in the Age of the Digital ‘Prosumer’“, *Journal of Consumer Culture* 10 (1): 13–36. <https://doi.org/10.1177/1469540509354673>.
- Ritzer, George; Miles, Steven. 2019. „The Changing Nature of Consumption and the Intensification of McDonaldization in the Digital Age“, *Journal of Consumer Culture* 19 (1): 3–20. <https://doi.org/10.1177/1469540518818628>.
- Ritzer, George; Patella-Rey, P. J. 2013. „From ‘Solid’ Producers and Consumers to ‘Liquid’ Prosumers“ in Mark Davis (ed.) *Liquid Sociology. Metaphor in Zygmunt Bauman’s Analysis of Modernity*. London: Routledge: 157–176. Prieiga internetu: <https://www.taylorfrancis.com/chapters/edit/10.4324/9781315592541-13/solid-producers-consumers-liquid-prosumers>.
- Sánchez Carrero, Jacqueline; Contreras Pulido, Paloma. 2012. „De cara al prosumidor: producción y consumo empoderando a la ciudadanía 3.0“, *ICONO* 14 10 (3): 62–84. <http://hdl.handle.net/10272/8557>.
- Shah, Syed Hamad Hassan; Lei, Shen; Ali, Muhammad; Doronin, Dmitrii; Hussain, Syed Talib. 2019. „Prosumption: Bibliometric Analysis Using HistCite and VOSviewer“, *Kybernetes* 49 (3): 1020–1045. <https://doi.org/10.1108/K-12-2018-0696>.
- Shah, Syed Hamad Hassan; Lei, Shen; Noor, Saleha; Anjum, Amna. 2020. „Research Synthesis and New Directions of Prosumption: A Bibliometric Analysis“, *International Journal of Information and Management Sciences* 31 (1): 79–98. http://msdm.ms.tku.edu.tw/File/Userfiles/0000000001/files/File_download.pdf.
- Tapscott, Don; Williams, Anthony D. 2008 [2006]. *Wikinomics. How Mass Collaboration Changes Everything*. New York: Penguin Group, Portfolio.
- Toffler, Alvin. 1981 [1980]. *The Third Wave*. New York: Bantam Books.
- Toffler, Alvin; Toffler, Heidi. 2006. *Revolutionary Wealth*. New York: Doubleday.
- Tse, Tommy; Tsang, Ling Tung. 2021. „Reconceptualising Prosumption beyond the ‘Cultural Turn’: Passive Fashion Prosumption in Korea and China“, *Journal of Consumer Culture* 21 (4): 703–723. <https://doi.org/10.1177/1469540518804300>.

- Wolny, Robert. 2013. „Prosumpcja i prosument na rynku e-usług“, *Konsumpcja i Rozwój* 1 (4): 152–163. Prieiga internetu: <https://www.infona.pl/resource/bwmeta1.element.desklight-b8d549bb-68a5-4a1a-ad90-564670a2c3b5>.
- Zwick, Detlev. 2015. „Defending the Right Lines of Division: Ritzer’s Prosumer Capitalism in the Age of Commercial Customer Surveillance and Big Data“, *The Sociological Quarterly* 56 (3): 484–498. <https://doi.org/10.1111/tsq.12101>.
- Zwick, Detlev; Bonsu, Samuel K.; Darmody, Aron. 2008. „Putting Consumers to Work. ‘Co-creation’ and New Marketing Govern-Mentality“, *Journal of Consumer Culture* 8 (2): 163–196. <https://doi.org/10.1177/1469540508090089>.
- Плотичкина, Наталья. 2013. „Просьюмеризм как политическая практика“, *Вестник РУДН, серия Социология* 3: 66–79. Prieiga internetu: <http://journals.rudn.ru/sociology/article/view/6203>.