

Роман Бондарь

Крауд-маркетинг

БЕЗ ИЛЛЮЗИЙ



Роман Бондарь

Крауд-маркетинг без иллюзий

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=73436603

ISBN 9785006938267

Аннотация

«Крауд-маркетинг без иллюзий» – это прямой и беспристрастный разбор индустрии массовых ссылок. Автор уверен, наличие ссылки не равно её весу, рост DR не равен росту позиций, а «100 размещений в месяц» чаще создают иллюзию работы, чем стратегический результат. Поиск давно оценивает поведение, а не форму. Это книга не против инструмента – а против симуляции. И это редкий случай, когда рынок описан без дипломатии и без попытки продать удобную версию реальности.

Содержание

Дисклеймер	5
Позиция автора	7
Введение	11
Глава 1. Поиск больше не арифметика ссылок	15
Глава 2. Как рынок выжил после смерти бирж	20
Глава 3. Что было изначально краудом и что стало сейчас	24
Глава 4. Главный обман в отчётах исполнителя	28
Конец ознакомительного фрагмента.	29

Крауд-маркетинг без иллюзий

Роман Бондарь

© Роман Бондарь, 2026

ISBN 978-5-0069-3826-7

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

Дисклеймер

Данная книга носит исключительно аналитический и образовательный характер. Все описанные в ней подходы, примеры и выводы основаны на личном профессиональном опыте автора и открытых наблюдениях за развитием поисковых алгоритмов и рынка цифрового продвижения.

Книга не является юридической, финансовой или технической консультацией. Приведённые рассуждения не следует рассматривать как универсальные рекомендации, гарантирующие конкретный результат в продвижении сайтов, маркетинге или управлении репутацией. Любые решения, принятые на основании материалов книги, читатель принимает самостоятельно и на свой риск.

Автор не аффилирован с компаниями Google, Яндекс, Ahrefs, Semrush и другими упоминаемыми сервисами или организациями. Упоминание конкретных платформ, инструментов и брендов осуществляется исключительно в контексте анализа рыночных практик и не содержит оценочных суждений о деятельности указанных компаний.

Алгоритмы поисковых систем являются закрытыми и постоянно изменяются. Любые выводы, изложенные в книге, отражают состояние понимания рынка на момент написания и не могут рассматриваться как окончательные или исчерпывающие.

Автор не несёт ответственности за прямые или косвенные убытки, возникшие в результате применения описанных подходов без предварительного анализа конкретной ситуации, конкурентной среды и особенностей бизнеса.

Материалы книги не призывают к нарушению правил поисковых систем, законодательства или этических норм. Напротив, одной из целей издания является критический анализ устаревших практик и призыв к более зрелому и ответственному подходу к цифровому продвижению.

Все совпадения с конкретными компаниями, подрядчиками или частными случаями носят случайный характер и используются исключительно в обобщённом аналитическом контексте.

Использование материалов книги в коммерческой деятельности допускается только с соблюдением действующего законодательства и правил платформ, к которым применяется соответствующая практика.

Автор оставляет за собой право на обновление и переосмысление изложенных взглядов по мере изменения цифровой среды.

Позиция автора

Эта книга не написана для того, чтобы объявить крауд-маркетинг мёртвым. Она написана для того, чтобы отделить работающий инструмент от его массовой имитации. Разница между ними не в терминах и не в площадках. Разница – в наличии влияния.

Поиск изменился. Он перестал быть системой арифметического накопления ссылок и стал системой оценки поведения. Это не гипотеза и не публицистическое преувеличение. Это техническая эволюция, продиктованная необходимостью защищать выдачу от воспроизводимых манипуляций. В среде, где любой масштабируемый сигнал может быть тиражирован бесконечно, алгоритм обязан снижать его вес. Иначе он теряет устойчивость.

Массовый крауд вырос на другом допущении. Он предполагает, что достаточно обеспечить присутствие ссылки в достаточном количестве документов, чтобы система интерпретировала это как популярность. Это допущение могло иметь смысл в эпоху, когда структура имела больший вес, чем реакция. Сегодня оно противоречит логике алгоритмов. Поисковая система видит ссылку. Но видит ли она в ней значимость – отдельный вопрос.

В этой книге я не ставлю целью разоблачение конкретных исполнителей или агентств. Проблема не персональная. Она

системная. Рынок привык измерять удобное вместо значимого. Количество ссылок – удобная метрика. Она легко считается, визуализируется и продаётся. Изменение поведения аудитории – сложная метрика. Она требует анализа, терпения и честности в интерпретации. В условиях коммерческого давления побеждает удобное.

Массовый крауд стал индустрией отчётности не потому, что он обязательно вреден, а потому что он удобен. Его можно стандартизировать, делегировать, упаковать в тариф. Его результат можно показать в графике стороннего сервиса. При этом влияние на выдачу остаётся либо статистически незначительным, либо неотличимым от естественных колебаний. Это не всегда злой умысел. Иногда это инерция мышления, сформированная в другой технологической среде.

Ключевой принцип, на котором построена эта книга, прост: если после размещений не меняется поведение пользователей – инструмент не оказывает стратегического влияния. Если нет роста кликов, показов, брендовых запросов, если нет переходов с площадок, если не усиливается взаимодействие с ресурсом, то ссылка существует только как технический объект. Обнаружение не равно учёту. Индексация не равна весу. Наличие не равно влиянию.

Это не означает, что крауд лишён смысла полностью. Он может работать, но в другой логике. Не как потоковая фабрика ссылок, а как точечное присутствие в моменте, когда аудитория сосредоточена на проблеме. В этом формате

он перестаёт быть SEO-рычагом в классическом понимании и становится элементом коммуникационной стратегии. Его эффект проявляется через реакцию – через клики, обсуждения, интерес, а не через количество размещений.

Настоящий крауд не масштабируется механически. Он зависит от контекста, от информационной динамики, от способности распознать точку внимания. Он не гарантирует объёма. Иногда таких точек нет неделями. Иногда они появляются внезапно и требуют быстрой реакции. Это неудобная модель для рынка, привыкшего к стабильным ежемесячным пакетам. Но именно она соответствует логике современной поисковой среды.

В этой книге я последовательно покажу, почему массовый крауд редко демонстрирует измеримую корреляцию с ростом в поиске, как формируется иллюзия прогресса через отчёты и почему слабые сигналы растворяются в алгоритмическом шуме. Затем будет разобрана модель, в которой крауд может иметь смысл, и условия, при которых он действительно способен создавать поведенческий след.

Разговор будет строиться без категоричных заявлений и без апелляции к частным исключениям. В любой системе возможны редкие случаи, когда слабый сигнал совпадает с другими факторами и создаёт видимость эффекта. Но стратегия не может опираться на исключения. Она должна опираться на воспроизводимую логику.

Поиск стал системой оценки внимания и удовлетворённо-

сти. Всё, что не создаёт реакции, постепенно обесценивается. Это касается не только крауда, но и любых механических попыток влиять на форму без содержания. В этой реальности влияние нельзя масштабировать простым увеличением количества действий. Его можно создать только через реальный интерес.

Крауд после «смерти SEO» в его количественной модели не исчез полностью. Он просто утратил способность быть самостоятельной стратегией. Он остался вспомогательным инструментом, который работает только в связке с ценностью продукта и качеством взаимодействия. Всё остальное – аккуратно оформленная симуляция активности.

Эта книга – попытка зафиксировать границу между симуляцией и стратегией. Не для того чтобы объявить окончательный вердикт инструменту, а для того чтобы вернуть разговор в плоскость измеримого влияния. Если критерий оценки смещается от количества к реакции, многие иллюзии исчезают сами собой.

Поисковая система уже сделала выбор в пользу поведения. Вопрос в том, готов ли рынок сделать тот же выбор.

Введение

В цифровой среде редко исчезают инструменты. Исчезает их прежний смысл. Они продолжают использоваться, продаются, масштабируются, но уже в других условиях и с другими последствиями. Именно это произошло с краудом.

Эта книга не о запрете и не о разоблачении. Она о границе. О моменте, когда привычная практика перестаёт совпадать с логикой системы, внутри которой применяется. В какой-то период достаточно было присутствия. Документ существовал в сети – и этого было достаточно для интерпретации. Затем достаточно стало структуры. Потом – количества. Но каждая фаза имела предел.

Поисковая среда изменилась не декларативно, а функционально. В условиях, где любой технический сигнал можно воспроизвести бесконечно, система вынуждена искать признаки, которые труднее масштабировать. Внимание, реакция, удержание, повторное взаимодействие – это сигналы другого порядка. Они сложнее, они менее предсказуемы, и именно поэтому их вес растёт.

Крауд-практика сформировалась в момент, когда допущение о линейной связи между присутствием и популярностью ещё казалось устойчивым. Если ссылка существует, она учитывается. Если ссылок больше, растёт значимость. Эта логика была понятной и потому удобной. Она позволяла

планировать объёмы и прогнозировать динамику.

Но удобство не равно устойчивости.

Сегодня система способна различать не только наличие сигнала, но и его контекст, среду и последствия. Она может обнаружить ссылку, сохранить её, но не придать ей веса. Она может зафиксировать факт, но не интерпретировать его как влияние. Между техническим существованием и алгоритмическим значением образовался разрыв.

Этот разрыв редко обсуждается напрямую. Рынок продолжает оперировать измеримыми единицами – количеством размещений, динамикой внешних показателей, ростом доменов. Эти метрики наглядны. Они создают ощущение прогресса. Но ощущение не всегда совпадает с реальностью.

Проблема не в намерениях и не в добросовестности отдельных исполнителей. Проблема в инерции модели. Когда система меняется, а методика остаётся прежней, возникает иллюзия эффективности. Иллюзия поддерживается отчётами, визуализациями, динамикой чисел. И чем более аккуратно оформлена эта динамика, тем труднее заметить отсутствие стратегического эффекта.

В этой книге речь пойдёт не о морали и не о «правильном» или «неправильном» продвижении. Речь пойдёт о корреляции между действиями и последствиями. Если после размещений не меняется поведение аудитории, если не усиливается интерес, если не возникает устойчивый поведенческий след, значит, влияние либо минимально, либо отсутствует.

Техническое событие не обязательно становится алгоритмическим фактором.

Это не отрицание крауда как явления. В определённых условиях он способен работать. Но его роль смещается. Он перестаёт быть самостоятельным рычагом и становится частью более широкой коммуникационной логики. Он не создаёт ценность, а может лишь усилить уже существующую. Он не гарантирует объёма, а требует точности.

Настоящий крауд не подчиняется производственному графику. Он зависит от контекста, от информационной динамики, от момента. Иногда таких моментов нет неделями. Иногда они возникают внезапно и требуют быстрой реакции. Это неудобная модель для индустрии, привыкшей к фиксированным пакетам и прогнозируемым отчётам. Но именно она соответствует устройству современной среды.

В последующих главах будет рассмотрено, почему массовая модель редко демонстрирует измеримую связь с ростом в поиске, каким образом формируется иллюзия прогресса через отчётность и как алгоритмический шум поглощает слабые сигналы. Затем будет описана рамка, в которой крауд может иметь смысл – не как фабрика размещений, а как точечное участие в уже существующем внимании.

Разговор будет построен без категоричности. В любой системе возможны частные случаи и совпадения. Но стратегия не может опираться на случайность. Она должна опираться на воспроизводимую логику и наблюдаемые последствия.

Поиск постепенно становится системой оценки реакции и удовлетворённости. Всё, что не создаёт реакции, со временем теряет значение. Это касается не только крауда, но и любой механической попытки воздействовать на форму без содержания.

Если критерий оценки смещается от количества к последствиям, многие иллюзии исчезают без конфликта. Остаётся только вопрос – готов ли рынок пересмотреть собственные ориентиры.

Эта книга – попытка зафиксировать момент этого пересмотра.

Глава 1. Поиск больше не арифметика ссылок

Был период, когда влияние в поиске поддавалось почти инженерному расчёту. Если на страницу ссылались чаще, чем на соседнюю, она имела преимущество. Внешняя ссылка воспринималась как голос, а сумма голосов – как показатель значимости. Эта модель казалась естественной: интернет – это сеть документов, а связи между ними отражают важность. Чем больше связей, тем выше вероятность, что документ ценен.

Так работала ранняя логика ранжирования. Структура определяла положение.

Но в любой системе, где результат зависит от количества, количество начинают производить. Если связь влияет на позицию, её начинают создавать искусственно. Если её можно купить, её начинают покупать массово. Если можно построить механизм, генерирующий связи, его строят.

Математическая зависимость превращается в уязвимость.

Алгоритм, основанный на суммировании, неизбежно становится объектом масштабирования. И чем проще формула, тем быстрее она воспроизводится рынком. Поисковая система оказалась в ситуации, где популярность можно было симулировать без ценности. Вес передавался не потому, что

документ заслуживал внимания, а потому что была создана сеть указаний на него.

Система должна была измениться. Не ради борьбы с конкретными схемами, а ради сохранения собственной релевантности. Если выдача начинает отражать бюджет, а не значимость, доверие к поиску разрушается. Поэтому формула усложнилась.

С этого момента структура перестала быть достаточным основанием для роста.

Поиск начал смотреть глубже связи. Он стал анализировать контекст, происхождение сигнала и, главное, последствия. Ссылка перестала быть окончательным доказательством. Она стала лишь предположением о возможном интересе.

Между обнаружением и влиянием появился фильтр.

Чтобы понять этот фильтр, необходимо развести три уровня работы поисковой системы.

Первый уровень – сканирование. Робот находит страницу и фиксирует существование гиперссылки. Это технический акт: система знает, что связь существует.

Второй уровень – индексация. Страница и обнаруженные связи сохраняются в базе данных. Поисковик располагает информацией о структуре сети.

Третий уровень – учёт. На этом этапе принимается решение о весе сигнала. Именно здесь анализируются качество источника, его среда, тематическая связь, повторяе-

мость паттернов, поведение пользователей после перехода. Учёт – это интерпретация значимости.

Сканируется – значит найдено.

Индексируется – значит сохранено.

Учитывается – значит влияет.

Между вторым и третьим уровнем нет автоматической зависимости. Ссылка может быть обнаружена и сохранена, но её вклад в ранжирование может оказаться нулевым или статистически незначимым.

Именно здесь заканчивается арифметика.

Рост ссылочной массы больше не гарантирует роста позиции. Внешние сервисы могут фиксировать увеличение доменов и демонстрировать восходящий график. Но если система не сочтёт сигнал значимым, выдача останется прежней. Это не сбой и не противоречие. Это результат фильтрации.

Алгоритм перестал суммировать механически. Он начал сопоставлять сигналы с реакцией аудитории. Если ссылка приводит пользователя, если переход вызывает взаимодействие, если страница удовлетворяет запрос и не провоцирует возврат к выдаче, сигнал усиливается. Если этого не происходит, связь остаётся техническим элементом структуры.

Таким образом, произошёл переход от структуры к реакции.

Раньше значимость определялась количеством указаний. Теперь – подтверждённой удовлетворённостью. Ссылка стала не валютой, а следом. След может указывать на внимание,

но сам по себе не доказывает его.

Этот переход был неизбежен. Любой фактор, который можно тиражировать без создания ценности, со временем обесценивается. Поведение сложнее тиражировать, чем ссылку. Именно поэтому центр тяжести сместился к нему.

С этого момента стратегия, построенная на простом увеличении внешних сигналов, перестала быть предсказуемой. Ссылки не исчезли из формулы, но их вес стал условным. Он зависит от среды, контекста и реакции. Поиск больше не арифметика ссылок. Он система проверки значимости через последствия.

Если принять, что ссылка перестала быть автономным рычагом, возникает естественный вопрос: как индустрия жила в тот период, когда она им была?

Потому что до эволюции алгоритмов существовала инфраструктура, построенная именно на арифметике. Эта инфраструктура не возникла случайно. Она стала прямым следствием предсказуемости модели. Когда количество влияло на позицию, количество начали продавать. Так появились биржи ссылок – как систематизация спроса на управляемый рост структуры.

Биржи были не искажением системы, а её логическим продолжением. Они эксплуатировали ту часть формулы, которая поддавалась масштабированию. Они превращали абстрактный фактор в товар. Ссылка стала единицей оборота. Вес – предметом торговли.

Пока алгоритм реагировал на суммирование, модель была устойчива. Бюджет трансформировался в ссылки, ссылки – в позиции. Корреляция существовала. Именно поэтому рынок разрастался так быстро.

Но как только поисковая система сместила фокус с количества на значимость, вся инфраструктура оказалась под давлением. Не потому, что ссылки исчезли, а потому что их линейное влияние перестало быть гарантированным. Биржи начали терять эффективность.

Потому что рынок не исчез вместе с биржами. Он просто изменил форму.

Глава 2. Как рынок выжил после смерти бирж

Когда биржи ссылок начали терять эффективность, не произошло ни обвала, ни публичного признания конца эпохи. Исчезла лишь прозрачная форма. Механика осталась. Рынок не отказывается от инструмента только потому, что он стал работать хуже. Он меняет терминологию.

Открытая закупка ссылок стала слишком очевидной. Слишком предсказуемой. Слишком легко распознаваемой алгоритмами. Там, где раньше существовала прямая зависимость между бюджетом и объёмом ссылочной массы, появилась зона неопределённости. Рост перестал быть гарантированным следствием закупки. Но это не означало исчезновение спроса на влияние.

Спрос трансформировался в более аккуратную форму. Закупка перестала называться закупкой. Она стала «аутричем». Форумные размещения получили название «крауд-маркетинг». Комментарии со ссылками – «нативные интеграции». Язык смягчился. Описание стало осторожным. Исчезли формулировки, указывающие на прямую передачу веса. Появились слова о «естественности», «формировании профиля», «присутствии в среде».

Изменение лексики не означало изменения логики. По-

прежнему производились внешние сигналы. По-прежнему рассчитывали, что их количество создаст эффект. По-прежнему строилась модель, в которой воздействие происходит через масштабирование структуры.

Рынок повёл себя рационально. Когда инструмент перестаёт работать линейно, он не исчезает. Он становится сложнее в описании. Появляется упаковка, которая снимает прямую связь между действием и обещанием результата. Вместо «мы передадим вес» появляется «мы создадим правильную динамику». Вместо гарантии роста – процесс размещения.

И здесь возникает важный переход. Продавать гарантированный результат стало невозможно. Алгоритмы усложнились. Корреляция между размещением и ростом перестала быть очевидной. Поэтому продавать начали то, что можно продемонстрировать независимо от результата – активность.

Активность измерима. Её можно показать в отчёте. Её можно запланировать на месяц вперёд. Она создаёт ощущение движения даже в условиях отсутствия влияния.

График роста ссылочной массы стал центральным аргументом. Он убедителен своей простотой. Линия идёт вверх – значит, что-то происходит. Появляются новые домены, фиксируются новые URL, увеличиваются показатели сторонних сервисов. Это конкретика, которую можно показать на встрече, включить в презентацию, отправить в отчёте.

Объяснять влияние сложнее. Влияние не всегда линейно. Оно требует анализа поисковых консолей, сопоставления

периодов, учёта сезонности, оценки поведенческих изменений. Его невозможно выразить одной восходящей линией. Поэтому рынок выбрал то, что легче визуализировать.

Так сформировался спрос на понятные единицы. Не на изменение поведения аудитории, а на количество размещений. Пакеты стали измеряться десятками и сотнями ссылок. Появилась логика тарификации: 50, 100, 200 в месяц. Количество стало заменителем эффекта.

Это естественный экономический процесс. Любая услуга, чтобы стать массовой, должна иметь единицу измерения. Невозможно стандартизировать «влияние на восприятие». Можно стандартизировать размещение. Количество упрощает продажу, делегирование и контроль. Оно создаёт ощущение управляемости в среде, где сама выдача стала менее предсказуемой.

Так индустрия пережила исчезновение бирж как открытого механизма. Она перестала говорить о весе и стала говорить о динамике. Перестала обещать рост и стала демонстрировать процесс. Но внутреннее ядро – масштабируемое производство внешних сигналов – осталось прежним.

Проблема в том, что алгоритм изменился глубже, чем упаковка. Если система больше не суммирует сигналы линейно, рост их количества перестаёт быть аргументом сам по себе. Но отчёт по-прежнему показывает рост. Возникает расхождение между видимостью активности и фактическим влиянием.

Это расхождение не всегда осознаётся сразу. Активность легко принять за движение. Отсутствие роста объяснить внешними факторами. Процесс продолжает работать, даже если результат не меняется.

Именно в этот момент происходит незаметный сдвиг: продвижение начинает измеряться не изменением позиции, а количеством произведённых действий. Отчёт становится центром системы, а влияние – переменной, которая может появиться, а может и нет.

Биржи умерли как открытая форма. Механика выжила как сервис. Индустрия адаптировалась, сменив язык, но сохранив принцип. И чтобы понять, почему это оказалось устойчивым, нужно рассмотреть, что происходит, когда отчётная реальность начинает жить отдельно от поисковой.

Глава 3. Что было изначально краудом и что стало сейчас

До того как крауд стал услугой, он существовал как поведение. Люди делились ссылками не потому, что так предписывала стратегия, а потому что находили что-то полезное. Обсуждение на форуме, комментарий под статьёй, рекомендация в тематическом сообществе – всё это было следствием интереса. Сначала возникала потребность, затем поиск решения, затем деление найденным ресурсом.

Это и был изначальный крауд. Не инструмент, а побочный эффект коммуникации.

В этой форме ссылка появлялась как естественное продолжение диалога. Она не была центральной целью сообщения. Она была логичным дополнением к аргументу или ответу. Её происхождение определялось интересом аудитории, а не задачей исполнителя. Именно происхождение делало сигнал сильным. Он возникал из потребности, а не из плана.

Когда индустрия увидела в этом поведении потенциальный канал влияния, началась попытка воспроизвести его механически. Если люди делятся полезным, значит, можно организовать процесс деления. Если обсуждения генерируют ссылки, значит, можно участвовать в обсуждениях системно. Так крауд превратился в услугу.

Переход произошёл незаметно. Внешняя форма сохранилась: те же форумы, те же комментарии, те же ветки обсуждений. Но изменилась причина появления сигнала. Сначала возникает задача разместить ссылку, затем под неё подбирается контекст. Сначала определяется объём, затем создаётся имитация диалога.

Массовый крауд стал воспроизводимым шаблоном.

Он стандартизирован.

Он делегируем.

Он масштабируем.

Исполнитель получает список площадок. Создаются аккаунты. Публикуются сообщения. Встраивается ссылка. Формально всё выглядит естественно: есть вопрос, есть ответ, есть упоминание ресурса. Но происхождение сигнала иное. Он возникает не из интереса, а из задания.

Разница между органикой и реконструкцией заключается не в форме страницы, а в источнике импульса.

Форум сам по себе не делает сигнал естественным. Комментарий не гарантирует органичности. Жанр размещения – лишь оболочка. Алгоритм не оценивает «форумность» как признак естественности. Он оценивает среду, динамику и последствия.

Естественность определяется происхождением.

Если ссылка появляется как реакция на живой вопрос и приводит к взаимодействию, это органика. Если она появляется в рамках плана и не создаёт реакции, это реконструк-

ция. Внешне оба сигнала могут быть идентичны. Внутренне – различаются по своей природе.

Массовый крауд воспроизводит форму без первичного импульса. Он пытается имитировать живой диалог, но чаще всего создаёт его технически. Темы открываются по необходимости. Ответы публикуются по графику. Аккаунты ведутся по инструкции. Повторяемость структуры формирует паттерн.

Алгоритмы анализируют не только текст ссылки, но и среду её появления. Скорость развития обсуждения, разнообразие участников, наличие реального трафика, переходы по ссылке, дальнейшее поведение – всё это создаёт контекст. Если контекст слабый, сигнал остаётся слабым.

Настоящий крауд – это след реального интереса.

Массовый крауд – это реконструкция интереса средствами исполнителей.

В первом случае ссылка возникает потому, что существует проблема и найдено решение. Во втором – проблема формулируется, чтобы оправдать размещение. В первом случае обсуждение живёт собственной жизнью. Во втором – оно управляется.

Естественность не равна формату. Она равна происхождению. Форумная страница может быть полностью искусственной. Редакционный материал может содержать органическое упоминание. Вопрос не в жанре документа, а в том, почему сигнал появился.

Именно здесь проходит граница между инструментом присутствия и инструментом отчётности. Если крауд возникает из реального внимания аудитории, он усиливает документ через реакцию. Если он создаётся ради количества, он остаётся структурным элементом без последствий.

Современный массовый крауд построен на предположении, что форма достаточно убедительна. Но поиск давно научился отличать форму от импульса. Система анализирует не только наличие ссылки, но и то, встроена ли она в живую среду.

И в большинстве случаев массовое размещение оказывается воспроизводимой механикой. А воспроизводимая механика легко обесценивается.

Так крауд прошёл путь от органического поведения к индустриальному продукту. И чтобы понять его нынешнее положение, необходимо признать эту трансформацию: то, что когда-то было следствием интереса, стало попыткой симулировать его наличие.

Глава 4. Главный обман в отчётах исполнителя

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «Литрес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на Литрес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.