

Эволюция моделей сорсинга и ноосорсинг

Давайте рассмотрим эволюцию моделей сорсинга в соответствии с развитием общества. Ремесленная эпоха подразумевала, что все производство сосредоточено в одних руках – в руках ремесленника. Назовем это «селфсорсингом».

Индустриальная эпоха привела к разделению труда и стала полигоном для технологии **инсорсинга**. Появились отделы финансового учета, коммерческие и другие департаменты. Постиндустриальная эра ознаменовала собой переход к **аутсорсингу**, к формированию партнерских отношений между компаниями и к триумфу стандарта социальной ответственности (ISO/IEC 26000). Аутсорсинг стал идеологией постиндустриальной эры, в которой основой экономики были услуги. Впрочем, российский бизнес еще очень далек от реального партнерства.

КРАУДСОРСИНГ

Поскольку мы пока еще живем в постиндустриальном обществе, для нас приоритетной остается деятельность по развитию аутсорсинговой среды: партнерства и услуг. Но информационная эпоха открыла дорогу новой технологии – **краудсорсингу**.

Технология краудсорсинга (crowd – «толпа»), подразумевающая возможность использовать на добровольных началах Интернет-сообщества, стала не просто очередным шагом в развитии средств коммуникаций. Она обозначила тенденцию к расширению возможностей доступа миллионов людей к обмену информацией. Привлечение населения к решению задач через краудсорсинг усиливает творческую активность и одновременно ведет к невиданной прежде возможности организовывать протестные группы населения и стихийные выступления молодежи через социальные сети. Краудсорсинг дал старт глобальным общественным проектам с уникальными результатами. В первую очередь, к таким проектам следует отнести «Википедию», которая вполне заслужила быть символом краудсорсинга: люди из разных стран вместе бесплатно, на одном энтузиазме создают мегапопулярный продукт.

Конечно, в полной мере использовать возможности, которые предоставляет новая модель сорсинга, можно только после того, как будет создана эффективная информационно-коммуникационная среда, позволяющая людям легко общаться и легко объединяться. А также после полной реализации аутсорсинговой модели, ведь она должна разрушить «привязку» человека к производству конкретных товаров. Но уже сейчас некоторые возможности технологии краудсорсинга стремительно врываются в нашу жизнь. Появились многочисленные ресурсы, на которых пользователи оценивают книги и статьи, кинофильмы и телепередачи, товары и услуги и даже собирают идеи (например, сайт InnoCentive.com, в статье о котором и родился термин «краудсорсинг»). Краудсорсинг вполне можно считать идеологией информационного общества.

Приживается краудсорсинг и в России. Недавно краудсорсинговую модель решил использовать «Сбербанк», чтобы сформировать собственную стратегию развития. Руководители ведущего российского банка воспользовались социальными сетями и инструментами коллективного отбора идей и пригласили всех желающих участвовать в разработке своей стратегии развития. Элементы краудсорсинга использует и государство, когда призывает нас выкладывать в Интернет всю информацию о деятельности ведомств, тем самым повышая «информационную прозрачность общества». Вряд ли руководители нашей страны задумываются, что они применяют именно технологию краудсорсинга, выступая с инициативами о прозрачности процесса закупок или выборов. Интернет дает возможность пользователям объединяться вопреки сложившимся границам и правилам, приводя к ресоциализации общества. Люди начинают воспринимать себя как единое целое. Буквально на наших глазах формируются новые мощные общественные механизмы саморегулирования.

Однако не следует переоценивать возможности краудсорсинга. Когда блогеры привлекают внимание к не-



готивным проявлениям в обществе на бытовом уровне, это, несомненно, полезно. Но для решения серьезных задач блогеры не слишком подходят. Например, компетентно оценивать крупные государственные или коммерческие проекты по модели краудсорсинга просто невозможно. В случае сложных экспертиз требуется не только гражданская позиция, но и квалификация. Иначе критика рискует свестись к бездоказательным высказываниям в духе «это можно сделать дешевле». Краудсорсинг предполагает бесплатное использование населения без всяких обязательств со стороны его участников. В результате создается неимоверный информационный шум и мусор.

Чтобы эффективно «сорсить» знания людей, надо четко понимать, где и какой инструмент применим. Скажем, если мы хотим просто получить информацию, узнать мнение людей о примитивных вещах или попросить их проголосовать, использовать «виртуальную толпу» можно и нужно. Но, когда речь идет о сложных проектах, разработке стратегий, требующих профессионализма, необходимо обращаться к специалистам.

НООСОРСИНГ

И вот тут на смену толпе должны прийти экспертные сообщества, технология деятельности которых существенно отличается от краудсорсинга. Информационное общество создает основу общества знаний, а новые коммуникационные возможности позволяют людям организоваться в единые сетевые экспертные сообщества по разным направлениям. И тогда предприятия и государства смогут использовать не просто потенциал толпы, а потенциал организованного экспертного сообщества. Эту модель целесообразно назвать **ноосорсингом** (νόος – в переводе с греческого «разум»), или сорсингом знаний.

Основным элементом, «ячейкой» будущего общества станут не организации и предприятия в их нынешнем виде, а экспертные сообщества. Именно в этой форме будут осуществляться основные социально-хозяйственные отношения между людьми. Экспертные сообщества станут востребованы во всех сферах жизни. Как, например, может выглядеть университет будущего? Скорее всего, это будет удобное для очных встреч место студентов с преподавателем, а также методический центр, который формирует тот или иной учебный курс, нанимая лекторов из сообщества преподавателей. Точно так же и предприятие станет всего лишь конвейером по сборке товара или предоставлению услуг, куда будут приглашаться специалисты из экспертных сообществ для решения конкретных задач или реализации проектов.

Но следует понимать, что экспертные сообщества – это не такие объединения людей, какими сегодня являются социальные сети. Последние представляют собой максимально свободные сообщества людей, где каждый может говорить и делать все, что хочет. Полная свобода высказываний и одновременно крайне непрофессиональный и «непрезентативный» контент. В отличие от социальных, экспертные сети должны строго регламентировать активность пользователей.

Это что-то среднее между двумя доминирующими сегодня крайними формами. В ERP-системе «нет людей», там только роли. Замените людей – роли останутся. И каждый пишет (говорит) только то, что может говорить в соответствии со своей ролью. Индивидуальные возможности не важны, необходим только навык исполнения роли. В социальных сетях наоборот: все могут играть любую роль и публиковать все, что хотят. Умения и навыки не так важны, надо обладать харизмой, знаниями и напором.

Экспертные сети должны занять промежуточную ступень. Активность людей в экспертных сетях должна подчиняться определенным законам и правилам. Но при этом главную роль в сообществах такого типа будет играть личность самого эксперта. Статус участника также будет зависеть от масштаба личности, личной компетенции и личных заслуг. И в этом – главное отличие сообщества экспертов от «специалистов» компании, объединенных одной корпоративной системой.

Именно к такому обществу мы рано или поздно придем. В обществе знаний автоматизация позволит человеку заниматься исключительно творчеством. Но в условиях информационного взрыва заниматься творчеством можно будет только с использованием инструментов коллективных коммуникаций – не для обмена мнениями, а для совместного решения сложных задач. Согласитесь, интересная перспектива!

Борис Славин,

*Директор по исследованиям
и инновациям компании «АйТи»*