

Сетевой Онлайн-Институт экономики заслуг (Институт экономики социального капитала)

Концепция

1. Базовые соображения

1.1. Основная Идея «экономики заслуг» - повышение конструктивной активности людей через форсированное включение в мотивацию человеческой деятельности «потребностей четвертого уровня» (А.Маслоу) – потребностей в признании, уважении, достоинстве и т.п. Иными словами, при развитии и распространении практики экономики заслуг конструктивная активность человека мотивируется не только стремлением к власти (*административный и правовой ресурс*), не только стремлением к деньгам и собственности (*материальный, финансовый капитал*), не только жаждой идентичности и общения (*культурный капитал*), но и стремлением к наращиванию **социального капитала** – признанных заслуг перед обществом, общественной поддержки. При этом социальный капитал становится такой же мощной основой благосостояния человека как власть, деньги и культурное приятие (общественная «не-отверженность»), а точнее перераспределяет вес всех четырех составляющих этого благосостояния. Экономика в целом приобретает более богатое содержание, это уже потоки более разнообразных видов капитала с определенными правилами их конвертации. *[Можно еще добавить капитал пятого уровня – информационно-интеллектуально-креативный потенциал].*

1.2. Такая богатая Идея, все более распространяющаяся в умах людей разных стран и народов, похоже, по праву претендует на основу нового цивилизационного уклада. Вместе с тем продвижение (распространение) и практическое воплощение «Учения» существенным образом ограничено его низкой степенью научной разработанности (теоретического осмысления и включения в существующую систему знаний) и практически полным отсутствием технологических работ (разработкой и внедрением конкретных социальных технологий, основанных на «экономике заслуг» и развивающих ее). Условно говоря, новый «Манифест Коммунистической партии» уже вчерне написан, но до «Капитала» еще очень длинный путь, тем более длинен путь до реализации на практике социалистической (кооперативной, общественной) экономики и социал-демократического устройства государства и общества. *[Используя аналогию из другой области, можно описать не самый короткий путь от открытия управляемой радиоактивности до детальной разработки теории цепной реакции деления тяжелых элементов и далее до построения АЭС, дающей людям энергию, основанную на этой реакции (про энергию Бомбыотдельный разговор)].* Таким образом, констатируем острую

необходимость соответствующих НИР и прикладных НИОКР в области «экономики заслуг».

- 1.3. Надо сказать, что в социально-гуманитарной сфере до сих пор доминирует такая схема теоретической разработки любой Идеи, которая основывается на таланте и творческой активности (гениальности) и соответствующих озарениях одного-двух, максимум нескольких Авторов. Вместе с тем авторская парадигма творчества давно считается архаичной и малоэффективной при разработке **конкретных** технологий и инструментов в естественно-технической сфере (НИОКР), в таких областях работают, как правило, крупные государственные или корпоративные (частные) институты. Есть основания полагать, что и в социально-гуманитарной сфере при переходе от чисто научных изысканий к проектированию и опытной апробации («испытаниям») социотехнологических (социоинженерных) решений следует переходить к организации интеллектуального производства на базе крупных институтов (объединенных коллективов).
- 1.4. История знает много примеров, когда для решительного и экстренного прорыва в каких-то критически важных (как правило, военных) областях знаний и технологий использовались механизмы форсированной **концентрации специалистов** в рамках одного проекта («Института») и повышенного (даже избыточного) финансирования этих проектов вкупе с гиперподдержкой и защитой со стороны Власти (см. [Манхэттенский проект США](#) или [Атомный проект СССР](#)). По сути такие механизмы напоминали термоядерный реактор, в котором выделение сверхвысокой творческой энергии отдельных интеллектуалов («протонов») обеспечивалось за счет так же очень высокой административной энергии сборки-«сжатия». Вместе с тем, в настоящее время с развитием новых информационно-коммуникационных сетевых технологий способы концентрации интеллектуального потенциала и его использования для реализации тех или иных проектов существенно расширились. Есть примеры эффективной творческой коллаборации в парадигме **деятельных сообществ** – особого вида организационных структур, основанных на неиерархической коммуникации, самоуправлении и добровольных инвестициях в проект всех участников сообщества. Такой тип организации работ особенно хорошо показывает себя при разработке именно социально-гуманитарных технологий и решений.
- 1.5. Представляется очевидным, что в современном мире с огромными скоростями коммуникаций и принятия решений будет неправильно ожидать успешной разработки Идеи «экономики заслуг» на основе довольно медленной и трудно управляемой индивидуальной (авторской) творческой активности. На наш взгляд, глубокая разработка Идеи «экономики» заслуг должно перейти в компетенцию крупного **Института** – концентратора интеллектуальных ресурсов нового типа в виде деятельного сообщества.

2. Философия Сетевого Онлайн-Института (Института)

- 2.1. С учетом современного характера работы в гуманитарной сфере – Институт экономики заслуг должен быть **Сетевым Онлайн-Институтом**, фактически *деятельным сообществом* ученых, специалистов, экспертов, социальных технологов, практиков-управленцев и т.п., объединенных для одного масштабного (можно не бояться слова «исторического») проекта («атомный» проект в гуманитарной сфере). Причем объединенных именно на базе специальной сетевой платформы, позволяющей дистанционное и заочное рабочее взаимодействие, слабо зависящее от режима жизни и времени отдельных участников проекта.
- 2.2. **Деятельное сообщество** – объединение людей, имеющее признаки как Клуба, так и Организации. Клубная природа выражается в свободной неиерархической (горизонтальной) коммуникации участников и минимизации таких персональных обязательств, за которые следуют административные санкции (издержки невыполнения личных обязательств, как правило, выражаются только в репутационных потерях). В то же время деятельное сообщество имеет конкретную цель, ориентировано не столько на общение, сколько на конкретный продукт, для чего в нем все-таки есть проектное управление, и в этом оно похоже на Организации.
- 2.3. **Онлайн-институт экономики заслуг**, по всей видимости, должен функционировать и производить интеллектуальную продукцию на современных **принципах открытой коллаборации**, опробованных в проектах по созданию открытой операционной системы *Linux*, свободной энциклопедии *Википедии* и т.п.wiki-проектах, но с большей степенью **модерирования (управления)** процессов для ориентации творчества сотрудников Института в нужном направлении (определенном самим сообществом).

Иными словами, во-первых, привычное административное иерархизированное *управление* в Онлайн-Институте заменяется на мягкую, но регулярную *модерацию* (причем функции модерации и собственно разработки контента персонально разделены). Задания на работу формируются коллективно и выполняются на основании выраженной готовности (желания) и инициативы участников. Стимулирование через *подчинение* заменяется на стимулирование через *солидаризацию*.

Во-вторых, открытость и публичность выходных материалов и самого процесса работы фактически объединяет *разработку* интеллектуального продукта с его *продвижением*. Конечный результат – это сумма содержательного успеха разработки Идеи с успехом ее продвижения и распространения. Без последнего идея остается сугубо академическим продуктом узкого потребления. [\[Перефразируя марксовский 11-й тезис о Фейербахе, можно сказать, без изменения мира нет его удовлетворительного объяснения\].](#)

3. Некоторые принципы работы Сетевого Онлайн-Института экономики заслуг (Института)

3.1. Мотивация сотрудников Института

Мотивация сотрудников Института может иметь как материальную, так и нематериальную компоненту. Но в данном случае более важна нематериальные мотивы и стимулы. Во-первых, это личное желание сотрудника оказывать влияние на окружающее пространство своими действиями (*социальная пассионарность*), во-вторых, *престиж* участия в проекте, повышение личной репутации за счет участия в «историческом деле», в-третьих, *содержательный интерес к проекту, творческий характер работы* и получение уникального опыта, в четвертых – интересная среда общения, новые коммуникации. Материальная мотивация может быть включена на определенных стадиях реализации проекта, но не должна проявляться при его запуске.

В целом деятельность сотрудников Института должна осознаваться ими как социальная инвестиция, причем внесенный вклад (инвестиция, «заслуга») каждого сотрудника должен быть обязательно оценен и рано или поздно возвращен через различные формы капитала.

3.2. Принципы «входа» и «выхода» сотрудников

«Вход» (регистрация) сотрудников осуществляется через специальные приглашения. «Прием» сотрудников осуществляется на принципах кооптации. Первоначальный состав определяется группой инициаторов (см. далее). С определенной периодичностью в Институте происходит ротация (обновление) участников - исключение неактивных (и/или оказавшихся по разным основаниям неприемлемыми) участников и привлечение новых – на основе «персонального рейтинга активности в организации» (ПРАВО, см. далее). Естественно, допускается и добровольный выход.

3.3. Регламент самоуправления, принципы взаимодействия сотрудников, формирование групп по подпроектам и т.п.

Участники проекта разделяются на несколько рабочих (подпроектных) групп исходя из принятого плана работ и функционального распределения. Взаимодействие сотрудников строится на общепринятых *правилах общения в онлайн-группах*, каждый участник знакомится с ними при вступлении в группу. В конкретные *Правила внутренней коммуникации* Института могут быть добавлены элементы, учитывающие его специфику.

3.4. Варианты (модели) активности в институте, продукты деятельности

Участие в работе Института может быть самым разным. Основной единицей трудового вклада является обобщенная «акция», которой может быть как подготовленный и переданный в общее пользование «текст» по проблематике «экономики заслуг» (основной вид продукции каждого сотрудника), так и «действие» – участие в экспертном совещании, обсуждении и и.п., публичное выступление, переговоры с разного рода

контрагентами (партнерами, спонсорами и т.п.), оценивание работ других сотрудников Института. Все действия могут быть оценены как результаты продуктивной деятельности и зафиксированы как вклады (инвестиции).

3.5. Модерирование

В каждой рабочей (подпроектной) группе Института имеется один *модератор*, целью работы которого является способствование коммуникации между сотрудниками и стимулирование их активности. Модератор не осуществляет постановку содержательных задач, а только организует процесс по их решению после того, как они были включены в план. Модератор является внешним по отношению к сотрудникам участником процесса, и определяется группой инициаторов проекта. Число модераторов в проекте определяется числом рабочих (подпроектных) групп.

3.6. Стимулирование через оценку

В ходе работы в Институте деятельность сотрудников (публикационная, коммуникационная и пр. активность) фиксируется формальными средствами онлайн-платформы. Кроме того, работа каждого сотрудника (т.е. ценность его вклада – идеи, решения, комментарии) постоянно оценивается остальными участниками проекта с помощью специально установленных на технологической платформе инструментов («лайков» и других механизмов взаимной оценки друг друга), а также на основе кросс-референций участников проекта и внешних экспертных суждений. Текущая интегрированная оценка творческой и коммуникационной активности участника (*«персональный рейтинг активности в организации»* - ПРАВО) рассчитывается автоматически в реальном масштабе времени и доступна участнику в любой момент. На основе персональных рейтингов происходит ротация сотрудников Института. ПРАВО также может учитываться при финальной оценке вклада каждого участника в проект.

3.7. Степень открытости и публичности продуктов

Исходя из философии открытости, заложенной в проекте, выходные продукты Института должны быть публичными. Тем не менее, предварительные продукты могут иметь статус закрытых до принятия согласованного решения об их публикации. Таким образом степень открытости определяется не содержанием материала (продукта), а лишь согласием/несогласием на публикацию со стороны участников его производства.

3.8. Ресурсное обеспечение проекта

Деятельность института должна обеспечиваться за счет трехисточников ресурсов - во-первых, *спонсорских пожертвований* и поддержки со стороны круга заинтересованных лиц, а во-вторых, *краудфандинга* – привлечения средств от неопределенной группы лиц, в третьих – *вкладов* (инвестиций) самих сотрудников Института. Выполнение заказных работ (коммерческих

проектов) на первоначальном этапе деятельности Института является нецелесообразным и даже рискованным.

Спонсорство может быть выражено в разных видах ресурсов: финансовом, материальном (помещение, оборудование), кадровом (персонал в аренду), информационном, символическом (публичная поддержка) и т.п.

В случае, если на поставленную задачу в текущий момент времени не находится достаточного ресурсного обеспечения, она может быть переведена в режим внутреннего инвестиционного проекта и выполнена за счет исполнителей (сотрудников Института).

3.9. Обеспечение безопасности проекта

Информационная безопасность проекта гарантируется разработчиками закрытой от внешних участников технологической платформы (внутренняя информация доступна только для зарегистрированных участников). Вместе с тем, участники проекта – сотрудники Института должны иметь разработанный *план действий по защите* Института, его сотрудники и продуктов от возможных информационных, административных, финансовых и прочих атак со стороны лиц, незаинтересованных в распространении идей экономики заслуг.

3.10. Механизм рефлексивного обновления

В систему функционирования Института должен быть заложен принцип постоянной рефлексии и принятия решений, корректирующих его деятельность, в т.ч. принципы, правила, состав сотрудников, планы работ и т.п. Обновление осуществляется с учетом оценки эффективности ранее принятых решений и предложений по их коррекции.

4. Участники проекта и ближайшее окружение

4.1. Базовая группа *инициаторов* (7-8 человек).

4.2. *Сотрудники* - основной состав деятельного сообщества. Формируется из числа участников разных ранее проведенных проектов, мероприятий, дискуссий по тематике «экономики заслуг», согласившихся с условиями работы в Институте, принципами функционирования [\[и подписавшими соответствующий контракт\]](#). Первоначальный состав, отобранный инициаторами – 20-25 человек.

4.3. *Эксперты, консультанты* (привлекаемые специалисты, неформальный «ближний круг»). Лица, представляющие интерес для Института и готовые с ним сотрудничать («симпатизанты»), но не входящие в состав «штатных сотрудников». Первоначальный состав, отобранный инициаторами – 20-25 человек.

4.4. *Модераторы* – коллектив лиц, профессионально занимающихся модерированием проектных экспертных сессий, организационно-деятельных игр, форсайтов и пр. Первоначально – 5-6 чел. от организации – партнера, выбранной инициаторами.

4.5. *Аутсорсинг-партнеры.* Организации и объединения, солидаризирующиеся с Институтом по основным положениям «экономики заслуг» и выполняющие отдельные подрядные работы для Института. Первоначально отобранный состав потенциальных аутсорсинг-партнеров – 7-8 организаций.

4.6. *Основные стейкхолдеры.* «Видные» и влиятельные представители различных социальных групп, которых в наибольшей степени затрагивает распространение идеологии и практики «экономики заслуг», и которые могут выступить как союзниками, так и противниками этого распространения. Первоначально – 10-12 человек.

4.7. *Инфраструктура, аппарат.* Сотрудники, выполняющие инфраструктурные функции. Возможно, сотрудники организации-аутсорсера.

5. Принципы работы Сетевого Онлайн-Института экономики заслуг (Института)

Деятельность Сетевого **Онлайн-Института экономики заслуг (экономики социального капитала)** должна включать в себя следующие этапы (циклы) работ.

5.1. Первый цикл работ (выполняется ограниченной группой инициаторов)

- 1) Формирование базовой рабочей группы инициаторов (организаторов);
- 2) Формулировка содержательного пространства Учения об *экономике заслуг* (тематическая структура), дерева целей, дерева проблем, списка инфраструктурных задач и т.п.; формулировка Плана-графика работ в рамках бета-версии;
- 3) Определение круга участников – см. раздел 4;
- 4) Разработка механизма вовлечения и стимулирования сотрудников, принципов трудового (творческого, репутационного и т.п.) инвестирования в проект и «возврата инвестиций»;
- 5) Разработка организационной схемы участия в деятельном сообществе (работы в Онлайн-Институте), начального регламента;
- 6) Выбор и кастомизация технологической платформы;
- 7) Выбор и формирование команды модераторов.

5.2. Второй цикл работ (выполняется расширенным деятельным сообществом и командой модераторов)

- 1) Отбор, привлечение и фильтрация сотрудников Института («штатных»), а также облака привлекаемых внешних экспертов и консультантов;
- 2) Обсуждение Плана-графика, его коррекция и утверждение;
- 3) Запуск процессов решения задач, обсуждения проблем, подготовки соответствующих документов и т.п.;
- 4) Коммуникационное стимулирование работы сотрудников (модерирование);

- 5) Контроль выполнения Плана работ, корректировка Плана;
- 6) Приемка и критическое обсуждение продуктов, корректировка;
- 7) Финальный выпуск Итогового продукта (комплекса документов Учения).

5.3. Третий цикл работ (выполняется расширенным деятельным сообществом, командой модераторов и внешними партнерами-активистами, сторонниками движения)

- 1) Разработка конкретных опытно-экспериментальных проектов (ОЭП);
- 2) Отбор партнеров для реализации ОЭП;
- 3) Запуск ОЭП, контроль реализации, консультирование процесса;
- 4) Критическое обсуждение результатов ОЭП.

5.4. Четвертый цикл работ (выполняется расширенным деятельным сообществом и внешними аутсорсинг-партнерами)

- 1) Разработка схем и инструментов продвижения и распространения Учения, повышения ее общественной и элитной поддержки;
- 2) Отбор партнеров для реализации промо-действий;
- 3) Запуск программы продвижения, контроль ее реализации;
- 4) Критическое обсуждение результатов продвижения.

Все четыре цикла периодически перезапускаются заново в зависимости от успешности решения задач конкретного цикла.

Подготовлено в данной версии: 24-30 января 2013 года