

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
 А Б В Г Д Е Ж З И Й К Л М Н О П Р С Т У Ф Х Ц Ч Ш Щ Э Ю Я

моя полка | жанры | рекомендуем | рейтинг книг | рейтинг авторов | впечатления | новое | форум | сборники | читалки | авторам | добавить

реклама - advertisement

Объявление закрыто Google

В
К

ПРЕДИСЛОВИЕ

В конце 2006 года, на той же неделе, когда наша книга «Викиномика» вышла в свет, журнал *Time* выбрал в качестве персоны года не конкретного человека, а «You (Ты)» - символического участника Сети, принимающего активное участие в её развитии. Эта акция *Time* в полной мере отразила взрывообразный рост социальных сетей. Онлайн-ресурс MySpace рос на два миллиона новых пользователей в неделю (с учётом уже имевшихся двухсот миллионов пользователей сайт имел все шансы получить до полумиллиарда участников). Большинство учащих старших классов в США зарегистрировали свои странички на Facebook. Каждую секунду возникал новый блог, и этот процесс не прекращался ни днём, ни ночью. Казалось, что люди, объединённые символическим словом «You», действительно изменяли окружающий мир.

Мы испытывали огромное волнение, выпуская книгу в свет в столь значительный исторический момент. Но, вспоминая наше тогдашнее состояние, мы удивляемся, насколько всё выглядит по-другому сейчас по сравнению с 2006 годом.

В «Викиномике» мы писали, что Интернет больше не означает обычное блуждание по Сети, создание онлайн-общества садоводов или размещение любительского видео на YouTube. «Контент, создаваемый пользователями» и «социальные сети» являются лишь верхушкой айсберга. Возникло нечто новое - новый способ производства.

Благодаря Веб 2.0, компании начинают планировать, создавать дизайны, развивать и распространять свои продукты и услуги совершенно новыми способами. Старые схемы, согласно которым вы должны были привлекать,

развивать и удерживать самых ярких и лучших сотрудников внутри границ вашей собственной организации, перестают работать. С учётом постоянно снижающихся издержек сотрудничества, компании могут всё чаще брать идеи, инновации и пользоваться уникальными способностями людей, находящихся в некоем глобальном контейнере талантов.

Наши предположения о том, что корпорации должны будут пройти период значительнейших изменений в кратчайшие сроки, находят всё больше практических подтверждений.

Влияние выпущенной нами книги оказалось достаточно заметным. Само понятие викиномики вошло в лексикон многих людей. Слово используется совершенно по-разному, так, как мы даже и не предполагали. Наша концепция обсуждается многими - начиная от градостроителей и заканчивая христианами-фундаменталистами. На сайте My.barackobama.com появилась дискуссионная группа «Викиномика для Обамы». Во многих странах значительные группы людей и компаний используют викиномику для формирования сообществ и коллаборативных* инноваций. По мнению газеты *Sunday Times*, «... викиномика является новой силой, позволяющей объединить людей в сети для создания гигантского мозга»¹.

В
К

Движение по предотвращению глобального потепления является прекрасным примером массового сотрудничества в действии. Мы находимся на пороге чего-то беспрецедентного: благодаря Веб 2.0, весь мир впервые в истории начинает сотрудничать по одному и тому же вопросу - изменению климата. Климатические изменения всё чаще перестают быть предметом обсуждения отдельных групп, и, очевидно, в благоприятном разрешении этого вопроса заинтересованы все жители планеты. И вот, впервые в истории, мы получаем единую глобальную, мультимедийную, доступную, многостороннюю систему коммуникации, основной задачей которой становится поиск консенсуса. В мире появляются сотни, а возможно, и тысячи групп, включающих в себя и учёных, и школьников, которые хотят что-то сделать для решения проблемы избыточных выбросов углекислого газа. Наличие новых мощных инструментов для массового сотрудничества сможет, в буквальном смысле слова, спасти планету.

Разумеется, новые парадигмы приводят и к определённой смущению и дезориентации. Часто их встречают холодно, иногда над ними смеются или высказывают по отношению к ним враждебность. Происходит столкновение различных интересов. Лидеры прошлых времён с огромным трудом воспринимают новое.

Очевидно, что у «Викиномики» есть свои критики.

** Collaborative {англ.} - основанный на сотрудничестве или совместной работе. От collaborate - работать совместно, сотрудничать.*

К примеру, Николас Карр, бывший редактор журнала *Harvard Business Review*, написал статью «Невежество толп»*, в которой подверг критике нас и других пропагандистов массового сотрудничества. Карр полагает, что «производство на равных можно рассматривать, скорее, как улучшение старого, а не изобретение нового. Это - оптимизированная модель, а не заново изобретённая»². Далее он приходит к заключению: только сравнительно небольшая и организованная по формальному признаку группа талантливых профессионалов способна привести к прорывному результату.

Однако наша книга «Викиномика» показывает, что эта точка зрения бесконечно далека от истинного положения вещей. Некоторые из самых динамичных и восхитительных продуктов и услуг нашего времени были созданы командами, численность которых составляет тысячи или даже миллионы участников. Система Linux - одна из ведущих мировых операционных систем - разрабатывалась самым крупным и самым опытным сообществом разработчиков в мире. У Linux нет штатных сотрудников, опционов на покупку акций, корпоративной штаб-квартиры или льгот типа бесплатной стрижки в парикмахерской. Однако в разработке прямо сейчас находится более 150 тысяч открытых для участия проектов по созданию программ, и эффект от многих из них окажется крайне значительным. Похожие сообщества производителей на равных заставляют меняться многие отрасли, включая издательское дело, средства массовой информации, развлекательную индустрию, финансовые услуги и производство.

Другие критики называют *Викиномику* новой формой «онлайн-коллективизма», угрожающего нашей экономике и культуре. В книге «Культ любителя: как Интернет убивает нашу культуру» мыслитель Эндрю Кин** пускается в рассуждения о том, что мир находится по уши во всяческой бессмыслице - всё из-за того, что с помощью Интернета*** легко пропагандировать абсолютно любые идеи. Автор жалуется на то, что тиражи газет снижаются, в то время как внимание аудитории приковывается к роликам, размещённым на YouTube и показывающим несчастные случаи со скейтбордистами. Кин вспоминает добрые старые деньги - времена, когда лишь толковые люди, обладавшие высокой степенью доверия, имели доступ к созданию прессы и радиопередач. Он считает, что здоровому обществу необходимы привратники. Только в этом случае мы можем обеспечить качество. Иными словами, телевизионные рекламные ролики будут и дальше создаваться опытными и талантливыми режиссёрами, а внимание зрителей не

** The Ignorance of Crowds. ** Andrew Keen.*

**** The Cult of the Amateur: How Today's Internet Is Killing Our Culture.*

будет отвлекаться на жалкие любительские работы, используемые компаниями, стремящимися сэкономить на создании ролика.

Как ни странно, но критика Веб 2.0 со стороны Кина может быть повернута и в обратную сторону - в мир профессиональной издательской деятельности (в котором работают профессиональные редакторы, корректоры и люди, проверяющие факты), в мир информационных технологий и баз данных, в мир инжиниринга бизнес-процессов, традиционных систем вознаграждения и привычных корпоративных иерархий. Как показало недавнее исследование журнала *Nature*, все наши системы создания знаний полны недостатков.

В Энциклопедии «Британника» можно найти -примерно столько же ошибок, сколько в Википедии - однако разница в том, что гибкая система создания Википедии и наличие целой армии добровольцев позволяют быстро исправить выявляемые ошибки. Пользователи не тонут в информации и комментариях, основанных на тех или иных фактах. Присущий прежним временам монолог заменяется широкими и разнообразными обсуждениями, в которых можно услышать миллиарды голосов.

Некоторые критики считали, что *Викиномика* - в которой особое внимание уделяется широкому использованию объектов интеллектуальной собственности - сродни коммунизму, а следовательно, подрывает законные права компаний на извлечение прибыли. Кое-кто считает, что мы пропагандируем «экономику бесплатного», в которой корпорации эксплуатируют добровольцев, чьи услуги не оплачиваются. Немногие из этих критиков замечают, что большинство участников сообществ производителей на равных извлекают из такого сотрудничества прибыль. Иногда она выражается в денежной форме, а иногда - в использовании полученного опыта для карьерного продвижения или расширения сети контактов.

Большинство программистов системы Linux получают плату за свою работу, например, от крупных компаний типа IBM или Intel, взявших на себя обязательство по их поддержке. Не так давно YouTube начала делиться доходами от рекламной деятельности с пользователями, размещающими наиболее

популярные материалы. Учёные, решающие проблемы в рамках InnoCentive, получают за свои толковые решения от ю тысяч до i миллиона долларов. В каждой седьмой модели массового сотрудничества, описанной в этой книге, в выигрыше оказываются как отдельные участники, так и компании.

Мы признаём, что достижение успеха, возможного при использовании викиномики, не будет лёгким или автоматическим. Лидеры компаний должны перестроить свою систему мышления и начать по-новому думать о мире бизнеса. Им следует сопротивляться искушению выстроить баррикады и начать бороться в рамках своей отрасли с силами, ведущими к самоорганизации.

Когда Джонатан Шварц вступил в должность генерального директора компании Sun Microsystems, переживавшей сложные времена, он решил, что каждый сотрудник должен завести блог. Юридический и PR-отделы компании пришли от этого решения в ужас - любой сотрудник компании в любой момент времени мог издать подобие пресс-релиза. Однако за три года, прошедших с этого момента, подобная проблема с блоггерами Sun не возникала ни разу, несмотря на то, что деятельность блоггеров управлялась с помощью нескольких простых правил: «не делайте глупостей», «пишите о том, в чём разбираетесь», «сделайте своё сообщение интересным». Для того чтобы предпочесть доверие контролю, требуется новый тип лидера. В случае Sun, мышление в стиле викиномики позволило компании вновь стать одним из крупнейших игроков на рынке информационных технологий.

Викиномика, поддерживаемая почти миллиардом пользователей онлайн-сетей, провозглашает беспрецедентную возможность. Массовое сотрудничество не только является важнейшей движущей силой успеха на рынках сегодняшнего дня. Оно также помогает изменить сами способы проведения научных работ, создания объектов культуры, информирования и образования, даже управления нашими сообществами и государствами. Сетевые модели сотрудничества и инноваций могут обогатить готовых к этому менеджеров новыми возможностями по раскрытию человеческого потенциала. Однако для того, чтобы преуспеть, необходимо бросить вызов принятым точкам зрения на ведение бизнеса, свойственным компаниям с мышлением прошлого века.

Организации, способные принять на вооружение принципы викиномики, преуспеют и достигнут успеха - не говоря уже о том, что они будут заниматься поистине благими делами. Мы надеемся, что вы и ваша организация стоите на правильном пути.

Дон Тапскотт, Энтони Уильяме,
декабрь 2007 года

ВИКИНОМИКА Как массовое сотрудничество изменяет всё | Викиномика. Как массовое сотрудничество изменяет всё | ВСТУПЛЕНИЕ

правообладателям

PREMIATA

Обувь Premiata

Высококачественное производство и
чрезмерное внимание к деталям.