

Vpliv spletnih tehnologij na poslovne modele podjetij

V zadnjem času vse več slišimo o vplivu spletnih tehnologij na poslovne modele podjetij (nedavni SOF je slednje lepo izpostavil v odnosu do marketinga). Web 2.0 pa je le še potrdil prve ugotovitve o vse večjem vplivu spleta na komunikacijo z obstoječimi in potencialnimi strankami, na delovanje projektnih timov, na odnose s partnerji in zaposlenimi. Web 2.0 je namreč prvič premaknil razumevanje tehnoloških rešitev na nivo oblikovanja in obvladovanja skupnosti.



Spremembe, ki sta ju v načinu komuniciranja in sporazumevanja povzročil Skype in YouTube ne moremo več prezreti. Njihove izkušnje so vse bolj dragocene za oblikovanje inovativnih pristopov. Tudi v »resnih« branžah, npr. bančništvu, logistiki, medijih.

Še zlasti je pomemben koncept »odprte kode«, na kateri sloni večina internetnih rešitev, oziroma vse, ki so narejene za široko uporabo. Pri tem je ključna filozofija »vsa koda je zastonj; če na osnovi le-te razviješ kaj novega, nastalo vrneš v zakladnico znanja na spletu«. Kako vznemirljiv koncept, ki kar kliče po nadgradnji in uporabi tudi v poslovnih okoljih. Morda je tu na mestu, da se vprašamo, ali ni morda znanje od nas vseh? Ali je prav, da ga delimo v čim širšem obsegu in s tem ustvarjamo temelje za oblikovanje novih rešitev? Ali lahko svetovno gospodarstvo razbremenimo vse predragih in kompliciranih procesov zaščite intelektualne lastnine in poiščemo nove oblike prepoznavanja izvirnega avtorstva, znanje pa naredimo dostopno vsem? Morda je prav pristop »odprte kode« lahko temelj sodobnih, na znanju temelječih podjetij, družb? Morda je to lahko osnova za inovativna podjetja, kjer je znanje pogoj, ena od vitalnih sil, ki omogoča razcvet ustvarjalnosti in posledično inovativnosti?

Ni preprostih odgovorov, pa vendar, internetno okolje odpira povsem nove smeri razmišljanja, ponuja nove modele in še vedno ohranja demokratičnost in enakovrednost med »prebivalci«. V katero smer bo priložena zgodba in številne povezave, ki jih lahko najdete na tej strani, izzvala vaša razmišljanja? Vpišite jih med komentarje in tudi na tem mestu sprožimo izmenjavo znanja, pogledov, izkušenj...

Kot inspiracijo pa vam ponujamo intervju [Violete Bulc](#) s prof. [Michaelom Weschem](#), ki je z objavo svojega [izobraževalnega videa](#) na spletu postavil nov mejnik v konceptu Weba 2.0.

☞ Intervju z Michaelom Weschem

V 14 dneh od profesorja antropologije do najprodornejše zgodbe s področja Web 2.0

Strasten profesor antropologije Michael Wesch je 31. januarja letos presenetil uporabnike interneta, posebno pa sebe, z učinkom, ki ga je imel njegov izobraževalni video. Še danes, skoraj tri mesece po tem, ustvarja zgodovino na področju spletnega videa. Kaj se je v resnici zgodilo, zakaj in kako? Kakšni so bili pogoji? Kakšno je njegovo sporočilo in kakšne posledice?



Zakaj?

V resnici sem hotel le povečati zavedanje. Pokazati sem želel, kako je videti Web 2.0. Hotel sem doseči, da bi ljudje na internetu začeli ustvarjati novosti, in jim pokazati morebitne izzive, ki se pojavljajo. Želel sem doseči, da bi ljudje začeli razmišljati o družbenih učinkih interneta, posebno o net 2.0.

Kako?

V resnici sem se kar nekaj časa igral z izzivom učinkovitega komuniciranja. Skoraj leto dni sem potreboval, da sem ustvaril koncept. Najprej sem hotel spisati akademski referat, vendar je bilo z besedilom težko izraziti dinamičen in vizualen medij. Zato sem začel razmišljati o animaciji, ki jo pogosto uporabljam kot pomoč pri svojih predavanjih. Nekega jutra se je vizija zbistrla, rodila se je ideja o videu. Tri dni sem delal skoraj brez spanja. Snemal sem sceno za sceno in sestavljal korake, da bi povedal zgodbo. Res sem skušal pokazati ozadje z vidika programske kode, da bi izpostavil nov način razvoja. Šlo je približno takole:

Dan 1 (31. januar 2007): Video sem pretočil na YouTube. Nikomur nisem povedal zanj. Po nekaj urah sem poslal elektronsko sporočilo desetim kolegom, da bi dobil njihovo mnenje. Zvečer ga je ena od njih poslala naprej in premiki so se začeli.

Dan 2: Zjutraj si je video ogledalo že 100 ljudi. Zelo sem se razveselil. Študentom sem povedal o napredku. 100 ogledov je bilo veliko.

Dan 3: Zjutraj je bilo na YouTubu že 300 ogledov, popoldan kar 500, dobival pa sem elektronsko pošto iz vse zvezne države. Ko so z menoj navezali stik nekateri kolegi z drugih koncev Amerike, sem dojel, da se nekaj dogaja. Še isto popoldne si je video

ogledalo že 800 ljudi, kar je preseglo moja pričakovanja. Takrat sva z ženo upala, da si bo video ogledalo 1000 ljudi, kar je postal moj cilj.

Dan 4: Zgodilo se je. Še pred poldnevom sem dosegel številko 1000 ogledov. Ker sem vedel, da YouTube številke osvežuje le vsakih 12 ur, sem začel spremljati statistiko med priljubljenimi, ki se osvežuje ves čas. 8000 ljudi si je video dodalo med priljubljene, že zvečer pa se je o posnetku razpravljalo na več kot 100 blogih. To je bilo neverjetno. Od takrat sem začel pozorno spremljati dogajanje in bil vedno znova presenečen. Prihajala je pošta, zvonil je telefon.

Dan 5: Video je postal največkrat gledan video o Netu z 18.000 ogledi. Prihodnji dan je bil še vedno prvi kljub finalu lige v ameriškem nogometu. Dosegel je 63.000 ogledov.

Teden dni po tem, ko sem ga objavil, je postal video najbolj gledan posnetek na portalu YouTube in v trenutku dosegel milijon ogledov. Tri tedne je kraljeval na prvem mestu.

Še vedno ostaja med najbolj gledanimi, včasih je celo na prvem mestu. 16. marca si ga je ogledalo 1,8 milijona ljudi, dobil je 4437 komentarjev, 18.792 ljudi pa si ga je dodalo med priljubljene.

Koliko denarja ste vložili, da ste to dosegli?

Uporabil sem brezplačno programsko opremo, za program za urejanje videa sem plačal 45 dolarjev, porabil sem tri dni svojega časa, koncentracijo misli in sanje. To je to.



Je torej mogoče reči, da sta strast in iskreno sledenje sanjam pomembna dejavnika uspeha na internetu?

Če bi se odločil delati popularen video, mi ne bi uspelo. Všeč mi je, da sem lahko naredil nekaj, kar sem si res zelo želel.

Kaj najbolj izstopa pri tej izkušnji?

Najprej je to odlična zgodba zame. Kansas, od koder prihajam, je zelo izoliran. Je ruralen in ni prav dobro povezan s preostalim svetom. Da nekdo iz Kansasa doseže takšno prepoznavnost in vpliva na toliko ljudi, je res posebno doživetje. Drugo posebno doživetje je, da je izobraževalni video spodbudil toliko razprav na toliko ravneh in konkuriral popularnim videom po vzorcu Hollywooda. To je bilo odlično.

In kje se tu pojavi antropologija?

Na dveh ravneh. Naprej moram reči, da je vse povezano. Vsebina je usmerjena v to, kako ustvarjamo znanje. V resnici sem želel doseči antropologe in jim pokazati, kako lahko ustvarjamo vedenje in ga delimo z drugimi. Na drugi strani vse kulture sestavljajo medčloveški odnosi. Odnosi so tisto, kar nas definira. Če spremeniš medij, v katerem se razvijajo odnosi, ki so temelj tega odnosa, lahko spremeniš celotno kulturo. Deluje tudi v drugo smer. Dober primer zunaj interneta so vlaki, ki so spremenili zahodno kulturo. Ustvarili so koncept sinhroniziranega časa denimo v ZDA in spodbudili potrebo po točnosti.

Kakšne pa so posledice tega doživetja?

Pri meni? Predvsem sem bolj izpostavljen in neprestano dajem intervjuje. Moral sem postati selektiven, česar ne maram. Če se mi zdi novinar zanimiv in prihaja iz manj popularnega ali prepoznanega kraja, ga imam raje. Želel sem si govoriti z vsemi, pa ne morem. To je bila in še vedno je dobra izkušnja. Na drugi strani se mojim študentom zdi zanimivo, kaj se z mano dogaja, in so name ponosni. Najbolj pa mi je všeč, da je moj uspeh opogumil in navdihnil toliko ljudi, ki se ukvarjajo z Web 2.0 in s kodiranjem. Moj video jim daje priznanje in pomen. Video jim je pokazal, kako so v resnici povezani in koliko ljudi spremlja, kar počnejo. Spodbudil je veliko dobrih razprav na blogih, ki vodijo k novemu. Spletni učinek se je zgodil takoj in pred mojimi očmi. Menim, da je moja majhna avantura prebudila ljudi, da so dojeli, da je internet naredil velik premik pri družbenem povezovanju.

To je popoln primer moči sodelujočih omrežij ter nehierarhičnih in distribuiranih okolij. Kateri so po vašem mnenju najpomembnejši elementi sodelovanja na internetu?

V temeljih je to princip creative commons (namesto prepovedi rabe avtorskih del, razen ob dovoljenju, creative commons princip dovoljuje rabo avtorskih del z določenimi omejitvami, op.p.). Kreativni stiki, ki se odvijajo prek komentarjev na spletu, rangiranje strani, posredovanje povezav, navajanje posameznih strani... Zadnje leto lahko opazite vidno rast in ta rast se povečuje ter bo v prihodnosti eksponentna. Predstavljajte si, da je bilo za to potrebnih samo 45 dolarjev in nekaj mojega časa. Ustvarjanje in razvoj vsebin sta postala z brezplačnimi orodji s spleta dostopna vsem, tudi ljudem brez formalne izobrazbe. To odpira neverjetne možnosti za inovacije. Urejanje videa je danes postalo tako enostavno.

Na višji ravni bi rad poudaril zanko povratnih informacij. Vedno več vsebine se ustvarja in ta vsebina raste zunaj vsakršnega nadzora. Vem, da bomo videli še več ustvarjalnih videov in manifestacij idej, ki jih bodo ustvarili neznani posamezniki in majhne, neodvisne skupine.

Tretji element je osebna odločenost ter motiv in zagon. Rezultati nedavne študije, ki smo jo opravili, kažejo, da obstajata dve skupini avtorjev videov na internetu, pri čemer smo se osredotočili na avtorje z YouTuba. Prva skupina to počne, ker želi postati slavna. Kratka analiza je pokazala, da ji ne bo nikoli uspelo. Občinstvo jo pogosteje ignorira, z izjemo tistih, ki naredijo res kakovosten video. Je tudi zelo kritična in občutljiva za komercialne vsebine ali vsebine, ki skušajo koga popularizirati. Obstaja pa še druga skupina ljudi, ki videe ustvari zaradi svojega prepričanja o vsebini in potrebe, da nekaj sporoči. Žene jo pristop "bodimo realni". In običajno ji gre dobro.

Kdaj bo, če bo sploh kdaj, po vašem mnenju filozofija interneta prevladala poslovnem svetu?

Vsako poslovno okolje lahko uporabi to platformo, da izboljša odnose. Sam gledam na to skozi tri poglede: okno, stena in vrata. V poslovnem svetu obstaja potreba po odpiranju vrat, da se spodbudi sodelovanje, po postavljanju sten, da se loči in prepreči

komunikacija, ter odpiranju okna za opazovanje. Odprta vrata pomenijo manj skrivnosti, kar posameznim podjetjem ni všeč. Na drugi strani pa več odprtih vrat pomeni več sodelovanja, več sodelovanja ljudi, več izmenjavanja idej in več napredka. Podjetja se morajo odločiti, kakšna je njihova politika. Platforma obstaja in je res učinkovita, če je vključeno veliko število ljudi.

Hkrati pa poudarjam, da se na internetu denar ne skriva v proizvodjanju vsebin, temveč platformah za njihovo izmenjavo. Nove priložnosti se pojavljajo vsak dan. Menim, na primer, da je še vedno prostor za nov koncept za orodje Web 2.0. Takšen, ki bo poudarjal tako imenovano družbeno programsko opremo, ki bo poudarjala skupne interese in potrebe. Na primer: iskanje ljudi – ne informacij - na podlagi njihovega spletnega obnašanja.

Kaj pa avtorske pravice za vaš video? Ga lahko kdor koli kopira, uporablja ali objavi? Vam je to pomembno?

Da. Vsakdo ga lahko uporablja, ne sme pa ga prodajati. Nočem ga narediti za komercialnega. Lahko ga gledajo, pošiljajo, kažejo...

Se vam zdi, da bo imela tožba podjetja Viacom proti Googlu učinek na mreže in izmenjavo vsebin na internetu?

Večina uporabnikov YouTubea Viacomovih vsebin tako in tako ne želi. Ne želi komercialnih vsebin na isti ravni. Na drugi strani pa bi bila vključitev teh posnetkov lahko pomembna, saj bi jih ustvarjalni ljudje lahko uporabljali na podlagi zakonodaje, ki pravi: "Dokler jo kritiziram, ocenjujem ali komentiram, jo lahko uporabljam." Menim pa, da velikega učinka na internet ne bo.

Intervju je bil narejen 16. marca 2007 v Salzburgu. V slovenščini je bil objavljen v [Dnevniku](#), 22. marca 2007, v angleščini pa 20. marca 2007 na [blogu Violete Bulc](#).

Kdo je

Michael Wesch



[Michael Wesch](#), profesor kulturne antropologije na Kansas State University, je v [videu filmu](#) združil tekst, animacijo in posnetke, da bi povedal zgodbo o konceptu Web 2.0.

Razlaga ključnih pojmov

Web 2.0

Koncept Web 2.0 se nanaša na zaznano drugo generacijo storitev, temelječih na spletu, katera skupna značilnost je sodelovanje na spletu in izmenjava med uporabniki. Web 2.0 predvideva, da so tehnologije, kot so blogi, podcasti, RSS feedi, socialna mreženja, wiki, itd. vsebujejo pomembne spremembe v uporabi spleta.

Odprta koda

Koncept odprte kode ima svojo filozofijo, v osnovi pa gre za način izdelave programske opreme, kjer lahko namesto tipičnega centraliziranega razvoja aplikacije vsak uporabnik izvorno programsko kodo aplikacije preučuje, spreminja in izboljšuje v skladu s svojimi potrebami in željami in jo nato distribuira v novi obliki.