



Британский музей осваивает новые модели бизнеса. По сообщению Нью-Йорк Таймс, музей начал сотрудничество с "Википедией", цель которого восполнить лакуны в интернет энциклопедии, в разделах касающихся искусства, хранящегося в нем, и увеличение посещаемости музейного сайта. С этой целью 40 волонтеров Википедии (Wikipedia) провели весь день 4 июня в музее, общаясь с кураторами и делая фотографии экспонатов, которых в Британском музее, основанном в 1753 году, собрано несколько миллионов. Если не все, то их большая часть заслуживает статьи в Википедии.



О некоторых экспонатах, впрочем, статьи уже написаны. К примеру о жемчужине египтологии "розеттском камне" (Rosetta Stone), с которого по сути началась расшифровка египетской письменности, и который находится в музее с 1802 года. Однако, по иронии судьбы, на страницу Википедии, посвященную стелле, ходит в пять раз больше посетителей, чем на аналогичную страницу на сайте Британского музея. В общем, заключает газета, "если ты не можешь победить кого-то, присоединись к нему". Дело, однако, вовсе не в этом. Речь идет не о том, что Британский музей хотел бы превзойти Википедию по количеству посетителей, но о копировании технологий бизнеса.

И сама Википедия, и то, что в данном случае пытается делать музей, представляют собой образец так называемого "краудсорсинга" (crowdsourcing), нового направления в бизнесе, направленного на использование ресурсов сетевых сообществ. Неологизм был введен в обиход в 2006 году журналом "Wired", и этимологически восходит к английским словам "crowd" (толпа) и "outsourcing" (делегирование полномочий). Эта модель бизнеса очень популярна в сети. Примерами могут служить Википедия, создаваемая волонтерами "за бесплатно", или "Second life" - виртуальная платформа, построенная ее

Британский музей осваивает краудсорсинг

Автор: Максим Райскин
08.06.2010 19:57

игроками (по иронии судьбы, они вынуждены даже платить аренду создателям и владельцам SL - Линденам).

Однако, к краудсорсингу обращаются и "фирмы реального сектора", главным образом, когда у них возникают проблемы, требующие привлечения большой аудитории для своего решения. Так фирма "Нокиа" разрабатывает на своем сайте телефон будущего, а изготовитель навигационных систем "Том Том" приглашает пользователей сообщать на его сайте об изменениях в дорожной обстановке.

Несомненно, сотрудничество с Википедией пойдет музею на пользу, и отразится как на реальной, так и на виртуальной посещаемости. За прошлый год на сайте Британского музея было 7,5 миллионов посещений. Если принять во внимание дочерние интернет-страницы, эту цифру можно умножить на два, однако для Британского музея это все равно очень низкая цифра. Для сравнения - число реальных посетителей музея за прошлый год составило 5,7 мл. человек. В то же время посещение страниц Википедии, связанных только с Британским музеем, составило только за май около 600 тысяч.

Нетрудно представить себе потенциал роста, если музею удастся стимулировать волонтеров на написание статей. Начало, впрочем, уже положено. Как пишет "Нью-Йорк Таймс", в минувшую пятницу, в день пребывания "за сценой Британского музея", активистами было написано 6 статей, а некоторые из них изъявили желание провести в музее следующие пять недель, дабы основательно познакомиться с музеем. И все это как говорится "за свой счет".

Ссылки по теме:

[Venerable British Museum Enlists in the Wikipedia Revolution](#) - NYT
[Энергия масс - о краудсорсинге](#) - Бизнес журнал