

ки организират работата и определят конкретните задължения на всеки работник съгласно изследвания на ергономичността. Целта, както Тейлър я дефинира в прочутата си монография от 1911 г. „Принципите на научното управление“, е за всяка трудова дейност да се определи и въведе „най-добрият метод“ на работа и така да се стигне до „последенното заместване във всички производства на сегашните правила с наука“². Щом неговата система бъде приложена във всички сфери на ръчен труд, уверява Тейлър множеството си последователи, тя ще доведе до реструктуриране не само на промишлеността, но и на обществото, създавайки утопия на свършената продуктивност. „В миналото човекът е бил на първо място, заявява той. В бъдеще системата трябва да бъде първа.“³

Системата на Тейлър за измерване и оптимизация все още е навсякъде около нас, тя продължава да е в основата на индустриалното производство. А днес, благодарение на нарастващата сила, която компютърните инженери и софтуерните програмисти придобиват над интелектуалния и социалния ни живот, етиката на Тейлър започва да властва и в царството на ума. Интернет е машина, проектирана за ефективно, автоматизирано събиране, пренасяне и обработване на информация, а неговите легиони програмисти се стремят да открият „най-добрия начин“ – свършения алгоритъм, – чрез който да се изпълняват мисловни дейности, присъщи на квалифицирани специалисти.

Централата на „Гугъл“ в Силициевата долина – „Гугъл-плекс“ – е най-високопоставената църква на интернет, а религията на всичките ѝ служители е тейлъризмът. Компанията, по думите на нейния главен изпълнителен директор* Ерик Шмит, „се основава върху научното измерване“. Нейният стремеж е да „систематизира всичко“, което прави⁴. „Опитваме се наистина да се ориентираме към обработването на данни и към количественото измерване на всичко“, допълва друг висш ръководител на „Гугъл“, Мариса Майер. „Живеем в свят на числа.“⁵ Въз основа на терабайти данни за поведението на потребителите, събирани чрез търсачката и други сайтове, ком-

* От април 2011 г. – изпълнителен председател – Бел. ред.

панията всекидневно провежда хиляди експерименти, а след това използва резултатите, за да прецизира алгоритмите, които все повече определят как откриваме информация и извличаме нейното значение⁶. „Гугъл“ прави за работата на ума онова, което Тейлър прави за работата на ръцете.

Провеждането на постоянни тестове в компанията е легендарно. Макар дизайнът на нейните уебстраници да изглежда семпъл, дори неприветлив, всеки елемент е подложен на значителни статистически и психологически изследвания. Използвайки техника, наречена „двувариантно тестване“, „Гугъл“ постоянно прави миниатюрни промени в начина, по който изглеждат и работят сайтовете му, изследва различните изменения при различните групи потребители, а след това сравнява как тези изменения влияят върху поведението – колко време прекарват потребителите на сайта, как местят курсора по екрана, върху какво кликуват, върху какво не кликуват, къде отиват след това. В допълнение към автоматизираните онлайн тестове, „Гугъл“ набира доброволци за тестове с проследяване на очите и други психологически проучвания в своята собствена „лаборатория за изследване на ползваемостта“. Тъй като сървърите в интернет оценяват съдържанието на страниците „толкова бързо, че всъщност повечето от решенията се вземат на подсъзнателно ниво“, двама изследователи от „Гугъл“ отбелязват в блога на лабораторията през 2009 г., че наблюдаването на очните движения „е почти като възможността наистина да прочетат мислите им“⁷. Айрин Ау, директор по потребителското преживяване, казва, че „Гугъл“ разчита на „когнитивни психологически изследвания“ в преследване на целта си да „накара хората да използват компютрите по-ефективно“⁸.

Субективните оценки, включително естетическите, не влизат в сметките на „Гугъл“. „В интернет, казва Майер, дизайнът се превръща все повече в наука, отколкото в изкуство. Тъй като повторението става бързо, а измерването – още по-прецизно, можеш да откриеш малките разлики и математически да установиш кое е правилното.“⁹ В един от своите известни