

Miért nem TÜKRÖZŐDIK a JÖVŐTERVEZÉS a mindennapi oktatási gyakorlatban? – Wikinómikus együttműködés tapasztalatai a marketing MSc képzésben

Are current practices of collaboration present in today's education? –First notes on Wikinomic collaborations in the classroom

COSOVAN ATTILA

Budapesti Corvinus Egyetem, Marketing és Média Intézet, Marketing-, Média és Designkommunikáció Tanszék, attila.cosovan@uni-corvinus.hu

HORVÁTH DÓRA

Budapesti Corvinus Egyetem, Marketing és Média Intézet, Marketing-, Média és Designkommunikáció Tanszék, dora.horvath@uni-corvinus.hu

Absztrakt

A közösségi média korában az online platformoknak köszönhetően a tömeges együttműködés spontán és tervezett formában egyaránt működik (Tapscott, 2007), önzetlenül osztunk meg információt (ld. közösségi navigáció), támogatunk nekünk tetsző projekteket (ld. crowdfunding) és nem utolsó sorban szócikkek szigorú szerkesztőjeként is működhetünk a legnagyobb online enciklopédiában, a Wikipédiában (Barabási-Albert, 2016). Az idézett helyzetekben közös, hogy a közreműködők önként járulnak hozzá valamilyen közös érdekeltiséghez. Mi történik akkor, amikor a felek ismerik egymást; egy közösség tagjai? A mindennapi vállalati gyakorlatban valójában a formális szervezet tagjai ideális esetben közös célokért működnek együtt mindannyian, összehangolt egyéni és csoportmunka formájában. Ehhez képest a gazdasági felsőoktatásban a gyakorlati projekt-együttműködések alapvetően kicsocportok, általában 3-6 fő együttes munkájában valósulnak meg. Ha belegondolunk, minden projekt, legyen az termékfejlesztés, stratégiai tervezés, pénzügyi vagy marketing tervezés *nem korlátozódhat homogén csoportokra*, hiszen *kapcsolódnia kell más funkcionális területekhez* vállalaton belül és azon kívül is. Az egyetemi tantermi keretek között megvalósított tömeges (teljes) együttműködés azt jelenti, hogy adott 20-30 fős csoport együtt találja meg a közös munka kereteit és oldja meg a gyakorlati feladatot, miközben olyan kompetenciákra is támaszkodunk, melyeket a résztvevők nem a kurzus keretei között tanultak. Cikkünkben a tantermi közösségi együttműködés első tapasztalatait, előnyeit és korlátait elemezzük.

Kulcsszavak: Wikinómia, designkommunikáció, participáció, tömeges (teljes) együttműködés

Köszönettel tartozunk a BCE marketing mesterszakos hallgatóinak közreműködésükért, akik 2016. őszén és 2017. januárjában járultak hozzá a teljes wikinómikus együttműködés oktatás-módszertani fejlesztéséhez a Designkommunikáció vállalatirányítási kérdései című kurzuson.

Abstract in English

In the age of social media mass collaborations are common practices (Tapscott, 2007), we selflessly share information (i.e. public navigation), fund projects we like (i.e. crowdfunding), and we can become the editors of the world's largest encyclopaedia, Wikipedia (Barabási-Albert, 2016). What happens when actors know each other in a mass-collaboration project? In a contemporary company, members of the formal organisation act to fulfil common corporate goals. Regardless of this fact, most of the time business schools use 3-6-members groups for solving hypothetical and real life project tasks. If we consider the tasks of product development, strategic, marketing and financial planning it is not conversation of homogenous groups, as they have to fit with other corporate and external fields of operation. Wikinomic collaboration within the university classroom refers to the collaboration of 20-30-member-groups where the whole group together solves strategic tasks with corporate, market and societal relevance. In our article we present the first implications of classroom Wikinomic collaboration.

Keywords: Wikinomics, design communication, participation, mass (comprehensive) collaboration

1. Bevezetés: Egy meghatározó gyakorlat nem jelenik meg a(z) (marketing) oktatás módszereiben!?

A vállalati működésben a tömeges együttműködés számos szinten megjelenik. Napjainkban a marketing és marketingkommunikáció alkalmazásai nem értelmezhetők a résztvevő közönségek befolyása nélkül (NYIRŐ, et al., 2011), nem létezik a kibocsátó vállalat által kizárólag kontrolált piaci tett (HORVÁTH – BAUER, 2013). Versenyelőnyt jelentő gyakorlat, ha egy vállalat olyan platformokat tud létrehozni, mely érdekes és izgalmas ügyfelei, potenciális ügyfelei és érintettjei számára, hatóköre akár túl is mutathat piaci célcsoportjain (ld. Volvo Trucks - The Epic Split feat. Van Damme youtube video⁵⁵, NYIRŐ – CSORDÁS, 2013). A mai marketing és marketingkommunikációs gyakorlatok egyik általánosnak tekinthető ismérve, hogy a szereplők törekszenek potenciális és meglévő közönségeik, de akár versenytársaik tervezői, kivitelezői és kommunikációs folyamataikba való bevonására. A Tesla nem titkokban tartja, hanem már 2014-ben elérhetővé tette szabadalmait⁵⁶, azzal a szándékkal, hogy hozzájáruljon az elektromos járműipar fejlesztéséhez. Internet-felhasználókként mi (vagy Önök = YOU) mindannyian már 2006-ban a TIME magazin év emberei voltunk⁵⁷, pontosan azért, mert önként és tömegesen hoztunk létre gazdasági és társadalmi szempontból jelentős tartalmakat. A hírt bejelentő TIME magazin címlapján a következő szöveg szerepel: „*Yes, You. You control the Information Age. Welcome to your world*”⁵⁸.” Mielőtt vitatkoznánk a TIME magazin hatókörén, tudományos jelentőségén, a fenti cikk hatása vitathatatlan: hiszen a címet beírva a Google-ba a találatok száma: 17 500 000 (1,01 másodperc), e lapszám akadémiai hivatkozottsága is jelentős.

Míg a sikeres vállalati létezés része a tömeges / teljes, wikinómikus együttműködés gyakorlata (TAPSCOTT, 2007), e vállalatok jövőbeli vezetői tanulmányaik során túlnyomó részt kics csoportos együttműködés formáival találkoznak. Vajon, ha már tanulmányaik során is megtapasztalják a teljes együttműködés formáit és lehetőségeit, vállalatvezetőként és projekt irányítókként is jobban tudnak élni ezen együttműködési formával? Cikkünkben e kérdésre adunk választ.

2. Elmélet: A Wikinómikus együttműködés fogalma

A Wikinómia az egyenrangúak együttműködése (BENKLER, 2006). TAPSCOTT (2007) szerint a wikinómikus tömeges együttműködés alapja a nyíltság, az egyenrangúak együttműködése, a megosztás és a globális cselekvés.

Nyíltság: A nyitottsági cégen kívüli ötletek és erőforrások hatékony bevonását jelenti. Arra az axiómára épül, hogy a cégen kívül mindig több szakember és szaktudás áll rendelkezésre, mint saját kutatási fejlesztési osztályunkon. Ennek megfelelően ma nem az a célunk, hogy megnyerjük a legjobbakat, hanem az, hogy a legjobbak ötleteit és gondolatait megszerezzük, és a leghatékonyabban használjuk fel.

⁵⁵ <https://youtu.be/M7Fivfx5J10> (letöltés: 2017. 03. 18.)

A film önmagában teljesíti egy klasszikus reklámfilm kritériumait: meggyőző, érthető és szórakoztató formában mutatja be a Volvo kamionok precíziós vezetési lehetőségét, ugyanakkor a helyzet – Van Damme lemege spárgába két kamion tükreire támaszkodva, miközben azok nagy sebességgel tolatnak – annyira komikus, hogy bárki számára szórakoztató, annak ellenére, hogy nem potenciális Volvo ügyfél. A film hatására létrejövő önkéntes, közönség által létrehozott alkotások nem rontják, hanem erősítik a Volvo film hatását.

⁵⁶ <https://www.tesla.com/blog/all-our-patent-are-belong-you> (letöltés: 2017. 03. 18.)

⁵⁷ [https://en.wikipedia.org/wiki/You_\(Time_Person_of_the_Year\)](https://en.wikipedia.org/wiki/You_(Time_Person_of_the_Year)) ;

<http://content.time.com/time/magazine/article/0,9171,1570810,00.html> (letöltés: 2017. 03. 18.)

⁵⁸ [https://en.wikipedia.org/wiki/You_\(Time_Person_of_the_Year\)#/media/File:Time_youcover01.jpg](https://en.wikipedia.org/wiki/You_(Time_Person_of_the_Year)#/media/File:Time_youcover01.jpg) (letöltés: 2017. 03. 18.)

Az *egyenrangúak együttműködése* a Wikinómia alapelvei szerint egyrészt a cégek saját alkalmazottainak hatékonyabb összedolgozását, a csapatmunka segítségét, másrészt a vállalatok közötti együttműködés erősítését jelenti.

A *megosztás* alapelve a szerzői jogokhoz és a szabadalmakhoz kínál új hozzáállást. Eszerint a szellemi tulajdon védelmével szemben a Wikinómia elvei szerint, ha szabadon hozzáférhetővé válnának a tartalmak és az innovációk, akkor a cégek a legjobb megoldások megtalálására kellene koncentrálniuk, kutatás-fejlesztés globális szinten jelenhetne meg.

A globális cselekvést a szerzőpáros szembeállítja a több országban egyidejűleg működő multinacionális vállalatok gyakorlatával. A globális vállalatoknak nincsenek határaik, ezek már nem csupán transznacionális (országokon átívelő) vállalatok, hanem valóban globálisak, az egész világra kiterjedő ökoszisztéma részei. Globálisnak a hálózatosan szerveződő, rugalmas és nyitott vállalatokat tekintik, ahol a rendszer felépítéséből adódóan - szükség szerint a földrajzi tényezőktől függetlenül - új erőforrások vonhatók be akár kutatási-fejlesztési feladatok megoldása (TAPSCOTT, 2007).

Ugyanakkor tudnunk kell, hogy a tömeges vagy (ahogy mi használjuk) a *teljes együttműködés* – néhány kivételtől eltekintve - elsősorban elméleti szinten működik, hiszen a vállalatok közötti verseny, a siker és egymás legyőzése még mindig sokkal fontosabb, mint az együttműködés, a közös hosszú távú eredmények elérése.

A nyitottság a szabadság záloga, a szabadság pedig az együttműködés alapja (COSOVAN, 2008:10)

Esetünkben a wikinómikus együttműködés módszertani és gyakorlati katalizátora a designkommunikáció. A designkommunikáció tervezői/alkotói szemlélet, filozófia és módszer (teória és praxis), amely a következőképpen értendő: Designkommunikáció = fejlesztésbe (fejlődésbe) integrált kommunikáció (COSOVAN, 2009).

A design; tervezőművészet, kreatív tervezés, alkotói magatartás. Ehhez társul a kommunikáció; a tervezői, alkotói, kreatív kapcsolatteremtés, úgy az önreflexió (belső párbeszéd), mint az interhumánus fenomén szintjén. Így tehát a designkommunikáció egy olyan kapcsolatteremtési szemléletet képvisel, amely HÍD- ként jelenik meg a különböző diszciplínák és diskurzusok, a társadalom és a gazdaság jelenségei között. Interdiszciplináris és interprofesszionális módszerével valós idejű kapcsolatot lehet teremteni oktatás, kutatás és vállalkozás között. (COSOVAN – HORVÁTH, 2016).

2.1. Wikinómia értelmezése az oktatásban

THOMAS – BROWN (2011) már évekkel ezelőtt arról írtak, hogy a klasszikus oktatási formák nem tudnak lépést tartani a gyors gazdasági, társadalmi, technológiai változásokkal. Míg a XX. századi tanítás „*a tanulni valamiről*” (learning about) szól, a XXI. században az oktatás lényege „*tanulni azért, hogy valakivé váljunk*” (learning to be) helyett, azért kell tanulni, hogy folyamatosan *újra és újra* megújulhassunk, változhassunk, alkalmazkodhassunk (learning as a practice of becoming over and over again). A szerzők, összecsengve az általunk leírt tapasztalatokkal három tanulási formát határoznak meg: *együtt lógva* tudást szerezni (hanging out); *komolyan játszani*⁵⁹ és tanulni (playing/knowing/messing around, THOMAS – BROWN, 2011:10).

A XXI. századi oktatási formák a hierarchia és felügyelet csökkenése, a nagyobb mértékű autonómia és felelősség, a kollaborációk kiterjesztésével kell járjon, kevésbé előre jelezhető és stabilitást biztosító megoldásokat kell nyújtson (JERALD, 2009). Az oktatás XXI. századi kihívásait tárgyaló irodalom arra is kitér, hogy sok esetben a komfort zónán belüli kis-létszámú csoportok sokkal rosszabbul működnek, mint a definiálatlan nagy-csoportos együttműködések (HACKMAN, 2002; 2009).

⁵⁹ http://marketing.uni-corvinus.hu/index.php?id=szakir_designkomm

STALEY (2009) szerint a Wikinómia értelmezése az oktatásban, hasonlóan a Wikipédiához platform alapú. A tény, hogy a 2001-ben indult Wikipédia⁶⁰ több, mint 75 ezer aktív szerkesztővel, több mint 10 millió cikkel, több mint 250 nyelven jelenik meg, vezetési is kommunikációs szempontból is kivételes és követendő modell. A STALEY (2009:42) által leírt *wikisített* egyetem (Wiki-ized University) valójában egy platform, ahova nem is kell beiratkozni, önszerveződő tantervvel rendelkezik, nincsenek állandó professzori pozíciók, a működést csoport-értékek irányítják, nem ad ki diplomát, nincsenek szemeszterek, a felmerülő igények alapján jön létre a tanulás színtere. A működés alapfeltétele az elkötelezettség és a motiváció. Mindez legjobban az EDUPUNK mozgalom illusztrálja (GROOM, 2008), ami jelenleg egy oktatásmódszertani platform és blog. Cikkünkben bemutatjuk, hogy e wikinómikus együttműködés a formális oktatás keretei között is létrejöhet. Egy gazdaságtudományi mesterszak szinte minden esetben valamely gazdasági terület menedzseri, vezetői feladataira készít fel. A képzések megismertetik a hallgatókat a csapatmunkával, hiszen számos esetben kisebb csoportokban oldanak meg tervezési, kutatási vezetési feladatokat. Ezek a csapatok általában minimum 3 maximum 8 főből állnak – és a kurzus végén versenytárgyalás (pitch) formátumban a csapatok konkurensként egymással versengenek. Az oktatásban megvalósított wikinómikus együttműködés során a kurzus zárásaként a különálló csapatok kollektíven megegyezve, az egyes munkák legjobbjait összerakva hoznak létre egy közösségi megegyezésen alapuló megoldást.

TAPSCOTT (2007) Wikinómia feltételei a következőképp értelmezhetők:

- A *nyitottság* a tanteremben azt jelenti, hogy képesnek kell lenni egy nem megszokott, egyáltalán nem biztonságos helyzetben dolgozni. Míg egy kis csapatban mindenkinek egyértelmű a felelőssége és a hozzájárulása, egy 25-30 főből álló együttműködés esetén az *egyén szerepei és ötleteinek láthatósága sem egyértelmű*.
- Az *egyenrangú együttműködés* azt jelenti, hogy minden egyes konstruktív hozzájárulás egyenrangúan értékes, legyen az egy nem megalapozott intuitív ötlet, gondosan kidolgozott prezentáció, vizuális terv, valamint az oktatói tanári ajánlás is egyenrangú a kurzus résztvevőinek elképzeléseivel. A feladatmegoldás során *nem a tanárok a vezetők*.
- Egy 25-30 főből álló csoport, a tanterem adta lehetőségek alapján, táblán és különböző online digitális platformokon oszthatják meg a tartalmakat.
- A globális együttműködés összegytemi szinten értelmezhető, hiszen nemcsak 20-30 fő, de akár 100 vagy más intézmények is bekapcsolódhatnak a munkába, az online szimultán digitális jelenlét

3. Wikinómikus együttműködés az osztályteremben: az első tapasztalatok

A Budapesti Corvinus Egyetem egyik marketing mesterkurzusán (Designkommunikáció vállalatirányítási kérdései) több alkalommal is *teljes együttműködési formában*, egy egész osztály oldott meg feladatokat, a résztvevők a kurzus végeztével rövid esszét írtak arról, hogy miként élték meg a wikinómikus együttműködést, mi volt számukra nehézség, mit éltek meg sikerként, eredményként, örömként. A tömeges együttműködés a tantermi közegben azt jelentette, hogy egy nagy csoportként *egy* kutatást, *egy* megoldást, *egy* prezentációt kellett készíteni, ahol a létrejött eredményből / sikerből *mindenki egységesen* részesült. Tapasztalatainkat 4 kurzus alapján ismertetjük (ld. 1. táblázat).

Mind a négy alkalommal a résztvevők élményeiket 3 fő dimenzió szempontjából fogalmazták meg:

(1.) az *egyén szintjén* – mit jelentett számomra a részvétel, mennyire voltam motivált és elkötelezett, milyen mértékig lehettem büszke a létrejött eredményekre;

⁶⁰ <https://en.wikipedia.org/wiki/Wikipedia>

- (2.) kis csoportok szintjén – miért jó a közvetlen ismerősökkel komfortzónán belül a megszokott munkamódszerekkel dolgozni;
- (3.) a nagy csoport – a wikinómikus, teljes együttműködés szintjén – Látható-e az egyén hozzájárulása? Mit jelent egy ilyen helyzetben a vezetés? Mikor valósulhat meg a konstruktív hozzáállás? Mit jelent a saját ötlet elengedése a csoportötlettel szemben? A válaszok térképét az 1. ábrán mutatjuk be.

1. ábra: Résztvevői szerepértékelés dimenziói a tantermi wikinómikus együttműködésben



Forrás: saját szerkesztés

A terjedelmi korlátok alapján az alábbiakban a 4 különböző csoportdinamikájú, különböző mértékű elköteleződést mutató csoportok leírásaiból, a wikinómikus együttműködésről alkotott mégis összecsengő narratíváival (N=100 esszé) illusztráljuk a *wikinómikus, teljes együttműködés tantermi jogosultságát*:

A kooperáció igénye:

„Máshogy és mást kellene tanulnunk”. Erre a kijelentésre jó példa a kurzus. Nem egy tananyagot sajátítottunk el, hanem azt, hogy a probléma megoldása érdekében hogyan tudunk együttműködni. Meg kellett tanulnunk, hogyan tudunk majdnem harmincan együtt dolgozni.” (Jusztin Máté, könyvtár-interdiszciplináris-csoport)

A motiváció és az egyéni elkötelezettség fontossága a tömeges együttműködésben:

„a wikinómikus együttműködés számomra a „több szem többet lát” elv egyfajta továbbgondolása, némileg struktúra és keretek közé szorítva.” (Molnár Mihály, könyvtár-marketing-MSc-csoport)

„a wikinómikus együttműködés előkészítésénél nagyon felkeltette az érdeklődésem az a gondolat, hogy ha valamit, gyakorlatilag bármit hozzászólunk, akkor már sokkal jobban magunkénak érezzük a feladatot és felelősséget vállalunk érte. Ezt le is teteltem és azt vettem észre magamon, hogy miután felszólaltam, tényleg jobban érdekelt, hogy mások mit gondolnak a projekttel kapcsolatban, majd szívesen hozzá szóltam többször is.” (Gazsi Timea, könyvtár-marketing-MSc-csoport)

1. táblázat. A wkinomikus együttműködést alkalmazó kurzusok összetétele és projekt-témái

A kurzus időpontja és résztvevői	A projekt témája	Az együttműködés kimenetele	Az együttműködésről írott esszé	Hivatkozás az idézett narratívákban
2016 augusztus, szorgalmi időszak előtti 0. hét; a résztvevők három egyetem a BCE, BME és MOME hallgatói, 28 fő	BCE könyvtárának élményközpontú és emocionális megközelítése; koncepció javaslatok téri, tárgyi, vizuális és szolgáltatási valamint eljárási rendszerekre	Interdiszciplináris együttműködés; Az együttműködési forma alapján néhányan leadták a kurzust, a bennmaradóknak többségében sikerélmény: http://www.mome.hu/hu/h%C3%ADrek/1470-integrat%C3%ADv-oktat%C3%A1s-h%C3%A1rom-egyetem-k%C3%B6z%C3%B6sen-meghirdetett-kurzusa	egyéni esszé (ld. 1. melléklet)	„könyvtár-interdiszciplináris-csoport”
2016 október, évközi blokkosított kurzus, október 6-7, és 13-14, 9.00-18.50, a BCE marketing MSc hallgatói, 26 fő	A 2016. augusztusban lezajlott kurzus eredményeinek továbbfejlesztése: BCE könyvtárának élményközpontú és emocionális megközelítése; tárgyi, vizuális és szolgáltatási valamint eljárási rendszereinek továbbfejlesztése	A csoport sikeresen megoldotta a feladatot, de a feladatmegoldás során erős csoporton belüli konfliktusok alakultak ki a hozzájárulások mértéke és a javasolt ötletek elfogadása alapján A csoport elvárta az oktatói felülről jövő moderálást	egyéni esszé	„könyvtár-marketing-MSc-csoport”
2016 őszi félév, reguláris kurzus, időpontja: kedd, 8.00-9.30 és 9.50-11.20, a BCE marketing MSc hallgatói 18 fő	A kurzus projekt témája a jövő. A feladat túlélést, fennmaradást, fejlődést meghatározó termék/ idea/ szolgáltatás/megoldás létrehozása (ld. TFF Idea, Cosovan, 2009, p. 130.) megoldás: Game of Care applikáció	Erős autonóm csoportmunka, ahol a csoport megtalálta önmaga vezetésének módját, saját kommunikációs platformot hozott létre Csoporton belüli konfliktus nem érzékelhető	egyéni esszé	„jövő-évközi csoport”
2017. január, a szorgalmi időszakot megelőző hét, január 23-27, a BCE marketing MSc hallgatói 28 fő	A kurzus projekt témája a jövő. A feladat túlélést, fennmaradást, fejlődést meghatározó termék/ idea/ szolgáltatás/megoldás létrehozása (ld. TFF Idea, Cosovan, 2009, p. 130.) megoldás: ÉÉÉ vers/dal/kiáltvány	Erős autonóm csoportmunka, ahol a csoport megtalálta önmaga vezetésének módját A kezdeti nézeteltéréseken felülemelkedtek a csoport tagjai A csoport wkinomikus kiáltványa elérhető itt: http://coandco.cc/dinamic/disco/54/eee_plakat_20170203.pdf	egyéni esszé + wkinomikus kiáltvány (ld. 1. melléklet)	„jövő-0. heti csoport”

Forrás: saját szerkesztés

A csoport létrehozta saját együttműködési módszertanát:

„Maga az egész project egy hosszú folyamat volt, amit talán az alábbi idővonalon lehet a legjobban bemutatni:

- ✓ *első feladat egyéni munka: kiben hogyan csapódott le a marketingszemlélet és design szemlélet szembeállítás*
 - ✓ *majd mindenki véleményének meghallgatása után írtunk egy egyéni reflexiót*
 - ✓ *ezután alakultak meg a csoportok az azonos érdeklődés szerint (3-4 fő)*
 - ✓ *feladat: TFF idea (túlélés-fennmaradás-fejlődés): tárgy, termék, jelenségbe átültetni*
 - ✓ *kezdetben kicsit utópikus gondolatnak tűnt, de mindenki nagyon érdekes koncepciókat dolgozott ki! Ezeket a gondolatokat végül a csapattagok egy-egy rövid videóban fejtették ki a végső prezentáción.*
 - ✓ *a csapatmunkáink eredményeit kellett összehangolnunk egy nagy közös projektbe*
 - ✓ *hogyan csináltuk: közös megbeszélések, flow élmény*
 - ✓ *így született meg egy konkrét applikáció ötlete: a Game of Care*
 - ✓ *játékosság (gamification koncepció) +tanító célzat együtt, gyakorlatilag egy közösségi felületen*
- Megtanultunk máshogy gondolkozni, kicsit „out of the box” cselekedni. Semmiképpen nem nevezném hagyományosnak az összefogásunkat. Nagyon jó volt látni, hogy az egyetem keretei között ilyen project, és kezdeményezés is létrejöhet.” (Béres Erzsébet, jövő-évközi csoport)*

Egyenrangú szerepek, kölcsönös tanulás:

„Sokkal inkább a megtett út számított és számít is, azaz az, hogy hogyan jutottunk el a saját magunk által kitűzött célig. Fontos volt, hogy sajátunknak érezzük és a saját szavainkkal is le tudjuk írni, különben nem sikerült volna ilyen nagy mértékben belevetni magunkat a kivitelezésbe - ez egyébként az élet minden területére igaz.” (Sándor Alexandra, jövő- 0. heti csoport)

„Összegezve önreflexiómat, az elején azt gondoltam, hogy a kurzus teljesen megfoghatatlan és egyáltalán nem lesz hasznos, de most már be kell ismernem, hogy több ilyenre lenne szükség az egyetemen, ahol túlléphetünk a falakon és tényleg hagynak minket szabadon gondolkozni, mert ilyenkor születnek az igazán nagy ötletek. És bebizonyosodott, hogy a kreativitás a túlélési ösztön emberi és emocionális manifesztaációja, így született meg az ÉÉÉ csapat remek alkotása, amit dal formájában adtunk elő.” (Zsellér Lolita, jövő- 0. heti csoport)

4. Konklúziók: a wikinómikus, teljes együttműködés tantermi oktatásának ajánlásai

Oktatókként kurzusról kurzusra tanultunk mi magunk is, és a tanulságokat minden egyes alkalommal beépítjük a következő kurzus megközelítésébe, így született meg 2017. januárjában az első wikinómikus együttműködési kiáltvány⁶¹, melyet hallgatóink írtak a következő csoportok számára, az alábbiakban tőlük is idézünk.

4.1. Egyéni és csapatidentitás viszonya

Legyen csapatmunka olyan, ami egyszerre teszi lehetővé a differenciált és integrált, azaz a *komplex együttműködést*. Minden csapattagnak a *saját identitása legalább olyan fontos, mint a csapatidentitás* (COSOVAN, 2014). Az általunk vezetett és itt bemutatott csoportok tagjai egybecsengően fogalmazták meg az egyéni és a csapatmunka összefüggéseit: a saját hozzájárulás és a csoporteredmény viszonyát, büszkeségüket a létrejött eredmény iránt. Mind a négy csoport tagjai képesek voltak arra, hogy egy jobb eredmény érdekében alkalmazkodjanak a csoport javaslatához:

„Mindenki ugyanolyan fontos része a projektnek, a hangosabb emberek nagyban tudják segíteni a projekt haladását, azonban emlékeztetni kell őket, hogy ne csak a saját preferenciáikat érvényesítsék.

Konstruktívan kell hozzáállni mások meglátásaihoz. Ha valamivel nem értetek egyet, adjatok hangot neki, de mindig hozzatok mellé egy alternatívát is. Amennyiben nem tetszik valami és

⁶¹ http://coandco.cc/dinamic/disco/54/eee_plakat_20170203.pdf

nem tudok további utat mutatni, az destruktív lehet a csoport számára” (Wikinomikus kiáltvány, 2017)

4.2. Kreatív példamutatás

A *kreatív tervezői folyamat* (a sikerélmény vagy csak egyszerűen az alkotói áramlat, a flow (Csíkszentmihályi, 2008) szüli meg a csapaton belüli szakmai együttműködés lehetőségét. A szakmai vezetők vagy oktatók *kreatív példamutatása* nélkülözhetetlen. Így jöhet létre az *aktív tervezői mellérendeltség*. Ezzel lehet az alkotói áramlatot közvetlenül vagy éppen közvetett úton stimulálni (Cosovan, 2014). Az általunk vezetett csoportok képesek voltak arra, hogy észleljék a feladatmegoldás során felmerülő különböző szerepek és azok változtatásának fontosságát (BAUER-MITEV, 2016), a csapat jó vagy rossz működése alapján igényelték az oktatói beavatkozást és moderációt.

„Váltogassátok a szerepeket az együttműködés során! Mindenképpen kellene moderátorok, akik serkentik a folyamatot, átlendítik a csoportot a meddő időkhöz.

Fogalmazzatok meg egy közös célt, amelyet mindenki magának érez. Nem baj, ha más-más a megközelítés, de keressétek a közös pontokat, lássátok magatok előtt, hová szeretnétek együtt, közösen eljutni és ezt ne tévesszétek szem előtt. Egy csapat vagytok, csapatként kell haladnotok.” (Wikinomikus kiáltvány, 2017)

4.3. Alkotói, tervezői módszertan

A DIS.CO (designkommunikáció, COSOVAN, 2009) szemlélet megjelenít egy *három lépcsős tervezési struktúrát*, viszonyrendszert, ami azért jött létre, hogy a *hibázási lehetőség a minimálisra csökkenjen*. Javasolt ezen szempontok figyelembe vétele: anyag – anyagtalan viszonya / túlélés – fennmaradás – fejlődés viszonya / állandó – változó viszonya. E tervezői, elemzői keretrendszert az általunk vezetett csoportok jól értették és képesek voltak közvetlenül alkalmazni.

„Ne várjatok olyan szigorú, tételes követelményrendszert, amit más tárgyakból megszokhattunk! Bár ijesztő, hogy nincsenek keretek, nincsen világos definíció, ezt is meg kell tanulni kezelni, megszokni, megélni. Épp az a lényeg, hogy a csoport állítja fel a saját követelményeit a közös munka során, így csak töletek függ, hogy mi lesz a végeredmény. Épp ezért ne ijedjete meg. Váltogassátok a szerepeket az együttműködés során! Mindenképpen kellene moderátorok, akik serkentik a folyamatot, átlendítik a csoportot a meddő időkhöz.

Fogalmazzatok meg egy közös célt, amelyet mindenki magának érez. Nem baj, ha más-más a megközelítés, de keressétek a közös pontokat, lássátok magatok előtt, hová szeretnétek együtt, közösen eljutni és ezt ne tévesszétek szem előtt. Egy csapat vagytok, csapatként kell haladnotok.” (Wikinomikus kiáltvány, 2017)

4.3. Élő, megvalósítható feladatok

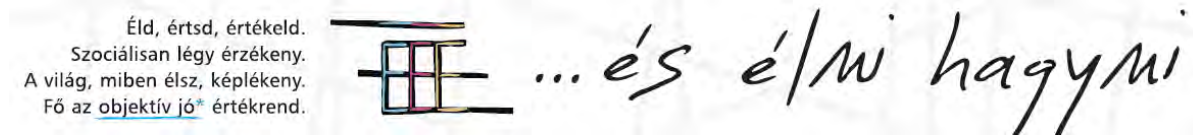
Legyen *következménye* az elvégzett munkának, de *nem csak kommunikációs szempontból*. A wikinómikus együttműködésben való részvétel azért lehetne nagyon különleges, mert az elért eredmények a valós életben láthatóvá válnak. Az elit oktatási (tanítási) szándékot követő szakmai tettek jelensége erőteljes és pozitív változásokat indukálnának a fiatal diplomásokban; nem beszélve a feladathoz közvetlenül és a holdudvarához tartozó emberek életéről (COSOVAN, 2014). Az itt leírt csoportok mindegyike tevékenységének közvetlenül megvalósítható eredménye lett: a könyvtár a megoldásokat integrálta éves stratégiájába, a Game of Care applikáció számára az oktatók lefoglalták a gameofcare domain nevet és egy másik egyetem tervező diákja dolgozik az applikáció további kidolgozásán, az ÉÉÉ dalszöveg és wikinómikus kiáltvány kikerül az egyetem aulájába.

„Mit várhattok? Szemléletbeli változást, vagy legalábbis nagy felismerést önmagaddal kapcsolatban. Ehhez persze az is kell, hogy merjete kilépni a komfortzónából.

Bontsátok le az egyetem, a terem falait. A közös, koherens alkotás az akadályok és korlátok leküzdésével kezdődik!” (Wikinomikus kiáltvány, 2017)

Az állandó és változó együtthatója az alkotás; a kreatív együttműködés pedig a túlélési ösztön emberi és emocionális manifesztációja.

2. ábra ÉÉÉ projekt logo, refrén



Forrás: http://coandco.cc/dinamic/disco/54/eee_plakat_20170203.pdf; szerzők: a BCE Designkommunikáció vállalatirányítási kérdései című tantárgy résztvevői, 2017. január.

Irodalomjegyzék

- Barabási Albert László (2016): *A hálózatok tudománya*. Libri Kiadó.
- Bauer, András & Mitev, Ariel (2016): Az értékesítővé válás folyamata. *Vezetéstudomány / Budapest Management Review*, 47 (3). 23-35.
- Benkler, Yochai (2006). *The Wealth of Networks: How Social Production Transforms Markets and Freedom*. New Haven, Conn: Yale University Press. ISBN 0-300-11056-1.
- Cosovan A. (2009): *DISCO*. Co&Co Communication. Budapest, http://issuu.com/cosovan/docs/ca_disco_web (letöltve: 2017. 03. 19.)
- Cosovan A. (2008): *Designkommunikáció*. <http://coandco.hu/designkommunikacio.pdf> (letöltve: 2017. 03. 19.)
- Cosovan A. (2014): *HOLIS SZEMLELET (ALAPGONDOLATOK) ÉS BESZÁMOLÓ*. http://coandco.cc/dinamic/disco/27/HOLIS_BESZAMOLO_COSOVAN_DESIGNTERMINAL_20140730_1.pdf (letöltve: 2017. 03. 19.)
- Cosovan, A., & Horváth, D. (2016). Emóció–Ráció: Tervezés–Vezetés: Designkommunikáció. *Vezetéstudomány/Budapest Management Review*, 47(3), 36-45.
- Csikszentmihályi Mihály (2008): *Kreativitás. A Flow és a felfedezés avagy a találmányosság pszichológiája*. Akadémiai Kiadó, Budapest.
- Groom, J. (2008). *The Glass Bees*. <http://bavatusdays.com/the-glass-bees> (letöltve: 2017. 03. 18.)
- Hackman, J. R. (2002). Why teams don't work. In *Theory and research on small groups* 245-267., Springer US.
- Hackman, J. R. (2009). Why teams don't work. Interview by Diane Coudu. *Harvard Business Review*, 87(5), 98-105.
- Horváth, D., & Bauer, A. (2013). *Marketingkommunikáció-Stratégia, új média, fogyasztói részvétel*. Budapest: Akadémiai Kiadó. ISBN:978 963 05 9342 7
- Jerald, C. D. (2009). *Defining a 21st century education*. Center for Public education, 16. <https://pdfs.semanticscholar.org/0252/e811a5dee8948eb052a1281bbc3486087503.pdf> (letöltve: 2017. 03. 18.)
- Nyirő, N., Csordás, T., & Horváth, D. (2011). Competing by participation—a winning marketing tool. *CM, Communication Management Quarterly*, 6(21), 111-139.
- Nyirő Nóra, Csordás Tamás (2013): Önkényes üzenetalkotás: a résztvételtől a közös értékteremtésig. In: Horváth Dóra, Bauer András, (szerk.): *Marketingkommunikáció: Stratégia, új média, fogyasztói részvétel*. Budapest, Akadémiai Kiadó, 419-437.
- Staley, D. J. (2009). Managing the Platform: Higher Education and the Logic of Wikinomics. *Educause Review*, 44(1), 36.
- Tapscott, Don (2007): *Wikinómia. Hogyan változtat meg mindent a tömeges együttműködés?* HVG Kiadó.
- Thomas, D., & Brown, J. S. (2011). *Learning for a world of constant change: Homo sapiens, homo faber & homo Ludens revisited*. <http://blog.intuyuconsulting.com.au/wp->

content/uploads/2012/03/Learning-for-a-world-of-constant-change-revisited.pdf
(letöltve: 2017. 03. 18.)

Wikinómikus kiáltvány (2017). Szerzők a 2017. januári kurzus hallgatói, ld. 1. táblázat.
http://coandco.cc/dinamic/disco/54/eee_plakat_20170203.pdf

1. melléklet. A visszajelzések instrukciói:

Az egyéni esszék instrukciói	Írjon esszét "Designkommunikáció és wikinómikus együttműködés" címmel, melyben értelmezi és értékeli a designkommunikációs módszertant a projekt kontextusában. Írja le és értékelje saját szerepét a wikinómikus együttműködésben. Mi volt az Ön legértékesebb hozzájárulása a projekthez? Mit tesz a wikinómikus együttműködés lehetővé, amit a megszokott 5-6 fős csoportos együttműködés nem? Hogyan fejlesztené tovább a módszertant? Milyen helyzetekben tartja megfelelő együttműködési formának és milyen helyzetekben nem hatékony? Milyen morális kérdések merülnek fel?
A wikinómikus kiáltvány instrukciói	A tömeges együttműködés közösségi nyilatkozata a későbbi együttműködők számára A kurzust követően, egy pontosan meghatározott időpontban, (következő hét kedd, január 31., 13.00-16.00), egy az oktatók által létrehozott és mindenki számára elérhető online dokumentumban közösen megfogalmazzák, a hét során együtt megvalósított tervezési folyamat tanulságait és iránymutatásaikat a későbbi együttműködők számára. Szabályok: <ul style="list-style-type: none">• a dokumentumot a csapat tagjai töltik meg tartalommal,• a dokumentumot a rendelkezésre álló idő alatt kell megírni, vagyis az idő meghatározott, a hely nem,• a csapat minden egyes tagjának kell írnia a dokumentumba, a dokumentummal minden résztvevő egyet kell értsen.

Forrás: saját szerkesztés