**Microsoft - фирма, феномен, миф**

Леонид Ашкинази

1. Эта статья - о фирме Микрософт. Почему мы взялись писать именно о ней? Существует миллион фирм, и у всех, наверное, есть какие-то интересные черты и особенности, о которых стоит рассказать. Но Микрософт стал символом - Америки, капитализма, глобализма, империализма, богатства, "американской мечты", "общества равных возможностей" и т.д., и т.п. Как символ, он концентрирует на себе много разных чувств, а то, что он стал символом, эти чувства усиливает, делает более рельефными, более легкими для наблюдения. На Микрософте концентрируются мифы массового сознания - и в то же время он связан с многими сторонами реальной жизни. Почему именно Микрософт оказался в этой роли?

Человеческое - и наше с вами - сознание устроено так, что нам удобно представлять мир определенным образом. В частности, модель мира должна быть достаточно проста, чтобы мы могли пользоваться ею для прогнозирования. Упрощение модели эффективно до определенной степени - слишком простые модели имеют недостаточную точность. Чтобы человек занимался чем-либо, он должен получать удовольствие. Поэтому организм в процессе эволюции выработал механизм "получения удовольствия" от процесса построения моделей, понимания и т.п. Но этот же механизм делает нас идиотами и рабами, когда в погоне за удовольствием от понимания "сажает нас на иглу" удовольствия от "понимания" - и мы становимся потребителями лапши. Той, которую заботливо развешивают на наших ушах СМИ.

Значительная доля окружающего нас информационного болота построена так, чтобы обманывать наш инстинкт познания. Между прочим, мы сами тоже так действуем. На вопрос ребенка "почему" мы отвечаем не объяснением, а словом "потому". Но ребенок иногда успокаивается. Почему? Потому... простите. Потому, что он реагирует на признак объяснения - речь. Так мы, взрослые, реагируем на признак объяснения, речь, когда очередной политик произносит очередную бессмыслицу с очередного экрана.

Попутно. Когда вы следующий раз припадете к наркотической телесиське, обратите внимание - политик никогда не говорит то, что может быть проверено. Он не говорит "на Марсе есть жизнь" или "на Марсе нет жизни". Он говорит "нам нужна жизнь на Марсе", "мы добьемся жнМ", "нашему народу нужна жнМ", "вопрос жнМ обсуждается в правительстве", "президент дал задание рассмотреть вопрос жнМ", "мы поставим вопрос жнМ перед Европейским сообществом" и т.д. Ну, а если он говорит что-то конкретное, то через несколько дней выясняется, что соврал. Не знаю, почему...

**2. Что мы знаем о Микрософт**

Все знают Микрософт как создателя Windows. На самом деле Микрософт выпускает много программных продуктов, просто одни ближе к нам, и мы знаем, какая фирма их делала. С тем, что стоит на персональном компьютере, сталкивались почти все, про игровые приставки знают многие, а о том, какие системы стоят на серверах Интернета, вы можете не знать, даже если днюете и ночуете в сети. Про телефоны с программным обеспечением от Микрософт вы, наверное, знаете. Про холодильники, подключенные к Интернету и наручные часы, которые сами по радио обновляют информацю, мы слышали, но относимся к слишком умным холодильникам несколько скептически или даже с раздражением, и понятно, почему. Нам бы ваши заботы... Почему-то внедрение Микрософт в автомобили такой реакции не вызывает. В каких-то секторах рынка Микрософт доминирует, в каких-то нет. Изменяется и его доля на рынке, и подробные данные можно было бы привести, но для темы нашей статьи это не важно.

У каждой фирмы есть свои особенности, своя внутрифирменная культура, традиции, нормы, своя политика найма на работу и обучения персонала. Есть свои нормы в области прайвеси, контроля за сотрудниками и соблюдения политкорректности. Все это очень интересно, и стоило бы об этом написать - хотя бы потому, что многое, что пишут на эти темы, создает (случайно или намеренно?) совершенно неправильное представление о мире. Однако здесь мы не будем углубляться в эти вопросы, потому что вряд ли Микрософт так уж резко по этим параметрам отличается от прочих фирм - если бы отличия были велики, это было бы общеизвестно. Иногда упоминают, что некоторые сотрудники Микрософт стали миллионерами. Ничего странного в этом, однако, нет. В большой и успешной фирме они обязаны появиться - если дело происходит в нормальном мире, в котором для доходов реализуется обычное для такого мира "распределение по Парето". Вот совсем простой пример (хотя и с другим распределением) - чем больше толпа, тем больше в ней людей с ростом больше 1,8 метра. Так вот, из десяти самых богатых людей мира трое работают в Микрософт. Кстати, вот тест - когда вы это узнали, утроилась ваша ненависть к Микросфт или уменьшилась втрое - к Гейтсу?

**3. Доктрина Гейтса**

Доктрину Билла Гейтса мы изложим просто по его книге - опустив все его рассуждения, мотивировки, обоснования. А некоторые наши комментарии даны в скобках. Итак...

Люди. Ставьте перед сотрудниками сложные задачи и обеспечивайте их средствами решения. Сотрудники должны делать интеллектуальную работу. Сотрудники должны знать показатели работы своей фирмы. (В некоторых московских журналах тираж скрывается - да не от конкурентов! - от сотрудников.)

Продукт. Новый продукт испытывайте сами, в своей фирме. Рекламации, замечания и предложения должны попадать сразу к тому, кто делал эту вещь (Судя по книге воспоминаний Александра Ашкинази, так работала General Electric две трети века назад: новое - это хорошо забытое старое.)

Продукт и клиент. Удобство клиента требует, чтобы система имела информацию о нем, но это уменьшает прайвеси; банк знает кредитную историю клиента, это улучшает обслуживание, но реклама может клиента раздражать. Это важная проблема (Потому что человек хочет вещей, противоречащих одна другой: чтобы о нем никто ничего не знал и чтобы его желания удовлетворялись. Но чудес не бывает.)

Фирмы-посредники. Посредник должен повышать ценность продукта. Таская мешки с места на место, много не заработаешь. На перепродаже информации состояние не сколотишь, надо вкладывать "умный труд". (Есть два исключения, оба мы проверили на своей шкуре. При увеличении степени открытости системы, переходе от, скажем, 80%-ной секретности к 50%-ной, на перепродаже информации заработать можно. И при госфеодализме, когда государство не следит за соблюдением правил игры, как в цивилизованных странах, а само устанавливает эти правила ради укрепления власти, тоже можно заработать на информации - за счет "близости к телу")

Миссия фирмы. Приближение рынка к равновесному за счет ускорения прохождения информации, увеличения ее полноты и уменьшения стоимости. Гейтс приводит пример с General Motors, которая хотела иметь систему, сообщающую дилеру, на каком ближайшем складе есть нужная деталь. (Это почти идея АСУ академика Глушкова, но в СССР реализовать ее было невозможно. А важнее вот что - согласно работам по человеко-машинному историческому и военному моделированию, при наличии информации снижается вероятность военного конфликта. Так что хорошая информированность может иметь важные следствия.)

Одна из главных целей фирмы - экономия труда. Например, уменьшение расходов на транзакции: при заказе авиабилета - с $ 8 до $ 1, при банковских операциях с $ 1 - 3 до $ 0,1 - 0,01, при страховании с $ 400 - 700 до $ 200 - 350. При этом уменьшаются расходы клиентов и возрастает конкуренция между производителями товаров и услуг, так как повышаются запросы клиентов к собственно качеству продукта или услуги. (Сегодня в Москве разброс цен на лекарства составляет более 3 (трех) раз. И это при возможности увидеть в Сети для любого лекарства список аптек с ценами... Просто тот слой, который несет в аптеки свои деньги, пока слабо пересекается с пользователями сети.)

Все это разумно и кажется правильным. Возразить, собственно говоря, нечего. Но...

**4. Восприятие Микрософт обыденным сознанием**

Если произнести "Виндовс мастдай", то любой программер понимающе ухмыльнется. Но если в Сети сделать запрос "Виндовс", то единый и совокупный www-организм скажет "Виндовс мастдай" в 5% случаев в русскоязычно и в 1% случаев в англоязычном Интернете. Таким образом всеобщая ненависть к Виндовсу в значительной мере - ритуальное поведение. Как мужские разговоры о половых победах. "Доктор, Иван Иванович говорит, что он может три раза! - Ну и Вы говорите."

Однако чем вызвана та ненависть, которая есть, ее пятикратное в русскоязычном Интерете относительное преобладание и, главное, ее ритуализация, превращение ненависти в "демонстративное поведение"? Простым глазом видны пять причин. Сразу же - ни одна из причин не является достаточной сама по себе, и мы на это будем указывать.

Зависть №1, персональная - Гейтс начал "как ты, как я" - никому не известным программером. Где теперь он, а где ты? Эта причина не достаточна сама по себе, потому что создатели Apple вообще начинали в сарае.

Зависть №2, групповая - американская система допускает такое. Глядишь, и я при такой системе стал бы не... тем, что есть, а чем-то другим. Эта причина также не достаточна сама по себе, потому что какое-то время казалось, что в России тоже можно от чистильщика обуви подняться до миллионера.

Попутно. Это потом выяснилось, что нельзя, а те, кто поднялись - были в основном не простыми чистильщиками обуви, а комсомольскими функционерами среднего звена, с их связями и с их навыками работы, которые - это-то и самое интересное - оказались очень полезными. Потому что строила Новая Россия капитализм, а построила опять госфеодализм. Или... или потому она его и построила? Вернемся, однако, к тем, кто построил другое.

Ненависть №1, ассоциативная - Гейтс - это Америка, а я ее ненавижу. И эта причина не достаточна сама по себе, потому что никто не говорит "Вранглер мастдай".

Ненависть №2, вэлферная - они хотят, чтобы я платил! А я привык все скачивать с Интернета, естественно, бесплатно. Это та самая ненависть, которой заражены "социально слабые слои" в Америке: гуманисты вырастили поколение, которые живет на велфере уже столько, что их дети не понимают, что такое "работать". Реплика вбок - как многие нынешние российские школьники, особенно в Москве. Да и их родители тоже.

Ненависть №3, ненависть свободного человека - мне что-то навязывают - предустановку, апгрейд, данный продукт при отсутствии конкуренции; и вообще, почему это он хочет захватить весь рынок? Стремление расширить сферу своего влияния лежит в основе бизнеса, и вообще - это его право. Он же не диктует мне, что я должен хотеть? Значит, не должен ему диктовать и я. Если американцы, с их свободолюбием, терпят это исчадие ада и порождение Ехидны - Билла Гейтса, значит, понимание свободы у них и у нас в чем-то различается.

Философские рассуждения о роли зависти и ненависти в нашей жизни "предоставляем читателю в качестве легкого домашнего упражнения". Тем более, что российской культурой эта зависть-ненависть вполне осознана, отрефлексирована: есть анекдоты на эту тему, анекдоты о себе, любимых. Насчет пожелания, чтобы у меня сдохла корова - если сосед "получит вдвое". И другие на эту же тему.

Вообще, обсуждение сетевых высказываний за и против не входит в рамки данной статьи. Но если вы захотите ознакомиться со спектром мнений, советую запастись противогазом. Это что касается стиля, лексики и грамотности. Содержание - учебник по психопатологии. Тут и взятки, которые Микрософт дает российским чиновникам, и порабощение России Америкой, крики "нам чужого не надо", "я - русский программист", "в программном обеспечении от Микрософт обязательно есть шпионский код, потому что если бы мы такую систему для всего мира делали, то мы бы обязательно это сделали", ну и так далее. Понятно, что квалифицированного врача, который ежедневно слушат про то, как марсиане из соседней комнаты торсионными геопатогенными полями мне ауру разрушают - слушает и кивает - такого врача этим не напугаешь. Но простого человека - как вы, как я - подобные тексты могут и удивить. Страннее же всего даже не то, что пишут это, по крайней мере, во многих случаях, неплохие программисты (вон у Роберта Фишера крыша еще сильнее поехала), а то, что в этих странных дискуссиях хоть и редко, но иногда высказываются и разумные аргументы, причем с обеих сторон. Только будьте осторожны с "документами, добытыми из штаб-квартиры Микрософт", с "секретными докладами, ставшими доступными нашей редакции" и все прочей подобной "собачатиной". Есть такое понятие в физике - функция распределения. Она непрерывна: если тысяча человек способна на всякий случай (чтобы не усомнились, что я - свой) начать письмо ритуальной фразой насчет мастдай, а сто человек способны написать несколько страниц мата, то десять вполне способны расписать "документы, добытые", а один - даже спроворить такой документ и занести его в редакцию. А могла родить и сама редакция - сочиняют же в журналах "письма читателей". Потому что накал страстей, как пел Высоцкий, "Ого-го какой!" Вот например...

"Windows это нечто, являющееся частью огромной распределённой системы, очень похожей на нейронную сеть с управляющим центром в штаб-квартире Microsoft. Отдельные нейроны (персональные компьютеры) этой сети соединены между собой через Интернет".

Такой текст вполне тянет на диагноз, но иногда под психов косят совсем иные особи. Вот, например, сообщение под заголовком "Микрософт платил боевикам в Чечне". Если начать читать, то узнаем, что "Деньги этой корпорации использовал исламский фонд "Беневоленс", который оказывал сепаратистам финансовую поддержку. Об этом заявил помощник президента России Сергей Ястржембский, подчеркнув, что спонсоров, в частности, "Микрософт", обманывали"... также подчеркнул, что сама компания "Микрософт" доподлинно не знала, куда идут средства, переданные на деятельность благотворительного фонда". Смотрите внимательно, как манипулируют Вашим сознанием: слова помошника президента переданы, но 1) некоторые читают только заголовки, 2) в памяти остается заголовок, то есть не то, что "подчеркнул" помощник, а то, что "подчеркнули" журналист и издание.

**5. Монополия и конкуренция**

Более ста лет назад в колыбели капитализма - Америке - было принято антимонопольное законодательство. Граждане этой страны очередной раз воспользовались стоящим на их службе государством для защиты своих интересов. Чем хорош и плох монополизм?

Конкуренция влияет на три вещи: не цены, на качество, на силы, которые тратятся обществом на разработку. Третье - самое простое: если две фирмы делают одно и то же, то общество тратит вдвое больше сил. Поэтому, если сил мало или проект велик, так что общество вообще с некоторым напрягом выделяет силы на него, то параллелить не стоит. Если первобытное племя может освободить от участия в охоте только одного человека, то не стоит ратовать за конкуренцию на рынке производителей каменных топроров. В США одно НАСА, в Москве один Университет, как бы себя ни называли все прочие.

Но если сил хватает, то отчего бы и не запараллелить разработку? Во-первых, так оно будет надежнее. Из этих соображений в СССР иногда параллелили военные разработки, но баек на эту тему было больше, чем дела: крупный проект требует крупных величин у руля, а второго Королева или второго Туполева во-первых, не было, а во-вторых, даже если бы он был - так они знали бы друг друга. Но мифов на эту тему хватало. Например, когда я пришел на диплом в НИИ Исток (Фрязино), мне вполне серьезно (но этак "вскользь") сообщили, что существует параллельный институт, но только еще более секретный, где делается все это же самое. Второй пример - литературный. Ситуация "параллельного проекта" (у военных) использована Станиславом Лемом в романе "Голос Господина". Примечание: польское словосочетание "Glos Pana" и английское "Masters Voice" (указанное в польском тексте) раньше переводили как "Голос неба", а теперь переводят как "Глас Господа", и это пример кренделей, которые выписывают переводчики и массовое сознание вокруг скользкой темы: ибо в обоих вариантах, как контра, так и про, теряется двусмысленность, на которую сердобольный пан Станислав прямо указал в тексте.

Если конкуренция реально есть, то она приводит к снижению цены до того естественного предела, когда фирма, не выдержав конкуренции, переходит на другой продукт или сектор рынка, или вообще разоряется. Этим способом "невидимая рука рынка" отбирает тех, кто лучше, то есть с меньшими затратами, ведет дело. И в итоге потребитель получает "лучший товар по меньшей цене", как пишут рекламщики в расчете на тех, кто не освоил в школе операцию деления. Мы ее не боимся и скажем просто - улучшается отношение эффективность/стоимость товаров. Это в теории, на идеальном рынке. Есть масса мелочей, которые влияют на общую картину.

Во-первых, это не вполне рациональное поведение покупателя, так сказать, психология. Например, демонстративное потребление (я богат и могу себе позволить), тяга к новизне - желание не пропустить новую модель, вообще следование моде. Умело маневрируя среди этих рифов, конкурирующая фирма может увеличить свой доход за счет учета психологии покупателя, а вовсе не за счет качества изделия. Формально эти возражения можно "включить в теорию", заявив, что цель покупателя состоит не в том, чтобы иметь компьютер, на котором можно делать то, что ему нужно, а в том, как говорят теоретики бизнеса, чтобы получить счастье от обладания компьютером. Если принять этот подход, то ублажение комплексов потребителя станет частью потребительских качеств продукта, а деятельность фирмы из задуривания клиента превратится в важную услугу.

Но есть возражение и более серьезное. Фирма, живущая на рынке с острой конкуренцией, вынуждена удешевлять производство за счет "скрытых параметров", например, надежности. Вот простая и не совсем серьезная аналогия - спорт. Соревнование улучшает результаты, но увеличивает травматизм. А в некоторых видах настолько увеличивает аварийность, что например, одновременные восхождения на одну и ту же вершину вообще запрещены. Так что с конкуренцией не все ясно; похоже, что существует оптимальный ее уровень. Но уровень конкуренции - не единственное следствие степени монополизации.

**6. Монополия и стандарты**

В некоторых областях требования совместимости изделий приводят к установлению стандарта. Например, стандарт резьб на болтах и гайках. Или стандарт стержней для шариковых ручек (который, правда, только установился, как был нарушен, а сейчас это вообще не слишком актуально - ручки стоят не намного дороже стержней, кроме моделей для "демонстративного потребления"). Или стандарт лезвий для безопасных бритв (он успел установиться, но сейчас их вытесняют разовые станки). Установление стандарта всегда идет в процессе торговой войны - А делает свои станки и выпускает к ним свои бритвы, Б выпускает свои станки и бритвы, которые подходят к станкам А и Б, тогда А начинает выпускать новую модель станков... а тем временем В... и так далее. Те, кто брился в первой трети прошлого века, могут рассказать. А мы застали первые шариковые ручки и проблемы со стержнями к ним. Помните, как отрезали "уши"?

Так что не всегда монополия плоха. Если область такова, что требования соместимости все равно приведут к установлению стандарта (де-факто, а потом и де-юре), то пусть его установит монополист: это избавит нас от борьбы, во время которой будем страдать мы, потребители. В мире, кажется, пять стандартов розеток, и то многие держат дома переходники. А если бы было пять стандартов в одной стране?

Компьютеры - это сфера, в которой стандартизация неизбежна: это язык, а люди хотят понимать друг друга. Но это все общие рассуждения, а чем не доволен клиент?

**7. Претензии клиента**

Вот пример претензий человека - потребителя. "Они хотят, чтобы я платил дважды и трижды за некачественный продукт. Если я вчера купил Виндовс, а завтра решил поменять компьютер, я НЕ МОГУ купить компьютер без Виндовс. Я заплачу за него второй раз. Если я купил компьютер и заплатил за Виндовс на нем, то мне даже не дают CD с Виндовс и если у меня полетел диск, то я должен буду идти и покупать Виндовс снова. Если я покупаю компьютер, на котором сейчас ставится Виндовс-XP, а хочу по-прежнему пользоваться Виндовс-2000, то я должен заплатить больше за устаревшую систему".

Попробуем разобраться. Начнем с конца. Если Вы хотите пользоваться "устаревшей системой", значит она Вам чем-то нравится и для Вас ее ценность выше. Например, Вы считаете, что она надежнее, или что она лучше защищает Ваше прайвеси. Так в чем претензия? Вы платите больше за то, что Вы больше хотите иметь. Антикварный "стул из дворца, работы мастера Гамбса" мне и с доплатой не нужен. А кто-то за него снимет с себя последние штаны. Далее, Вам не нравится предустановка (это претензии американца, в России можно купить и без предустановки). Но вы же покупаете ботинки со шнурками. Даже если Вы сохранили шнурки от старых ботинок или купили шнурки отдельно, или изготовили их сами. Почему Вы не требуете в магазине, чтобы Вам вынули шнурки и продали дешевле? Только потому, что ботинки всегда были со шнурками, а вот если бы вы весь прошлый век покупали без них, потом искали на помойке веревочку, или крали ее, или делали сами и продевали в дырочки, а теперь вам нагло впаривают ботинки со шнурками, суки... Т о есть это вопрос психологии, вопрос восприятия. Производитель имеет право продавать то, что он хочет, по той цене, которую он назначил. Между прочим, дистрибутив на жестком диске есть, и вы можете переустановить систему, хоть на этом компьютере, хоть на другом, хоть на своей "Феррари" (шутка). По лицензионному соглашению вы покупаете лицензию на использование на одном (или нескольких) компьютерах. А кстати, некоторые потребители могут Виндовсом и не пользоваться.

**8. Потребитель бывает разный**

Один ищет клавишу "эни кей", другой знает, где она. Виндовс рассчитан на массового потребителя, причем степень приспособленности к неквалифицированному пользователю от версии к версии увеличивается. Когда вместо слов "диск А" на экране изображают дискету o'naturel - у кого-то это вызывает усмешку, а кого-то - форменное разлитие желчи. Но Виндовс расчитан как раз не на них. Причем все эти красивости и удобства увеличивают объем системы, требуют больших аппаратных ресурсов, вызывают удоражание и компьютера, и программного обеспечения. А если мы хотим сохранения надежности системы - а мы его хотим - то еще большего удорожания. Что, естественно, вызывает раздражение. Причем большинство людей переоценивают себя и уже поэтому полагают, что Видовс не для них. По многим причинам - и потому, что он знает, как надо сделать лучше, и потому, что хочет, чтобы все знали, какой он умный, а если ему предлагают систему, которая рассчитана на профана... Ну, скажем, вы крутейший мастер глажки "из Лондона и Парижа", все пальцы веером, а вам продают утюг, который сладким голосом напоминает, что надо залить в него водички. Отсюда мораль - если клиенты разного уровня, то не может продукт нравиться всем. Кто-то всегда будет недоволен, причем если продукт массовый, то недовольны будут как раз профессионалы, те, кто может и умеет критиковать - и потому, что у них гонора сверх меры, и потому, что они действительно часто понимают, как было бы лучше.

Но они не всегда понимают, насколько легко или трудно сделать это "лучше", и уж почти всегда озабочены тем, как сделать лучше пользователям своего уровня, а не массового потребителя. Наверное, можно сделать систему, которая изучает своего пользователя и подстраивается к нему, чтобы ему было комфортно, но во сколько это обойдется? Сегодня альтернативы Виндовсу существуют, но 1) не для всех ситуаций, 2) от индивидуального пользователя они требуют более высокой квалификации, а при применении в фирме 3) увеличивают эксплуатационные расходы, потому что требуют более высокой квалификации, а значит - более высоких зарплат работников. Конечно, возможны отдельные частные случаи, но в целом картина именно такова.

Следующее деление потребителей - по отношению к проблеме прайвеси. Некоторые люди крайне чувствительны к этой проблеме, другим совершенно наплевать. На самом деле опасность нарушения прайвеси для конкретного человека велика тогда, когда либо человек делает что-то противозаконное, либо когда сама ситуация в стране такова, что возможно злоупотребление этой информацией со стороны "частных лиц". Грубо говоря, это две крайние ситуации - криминальное по сути государство, которое в любой момент может начать принуждать к чему-либо своих граждан, либо высокая степень криминализованности среды, которую не приводит в порядок государство. В реальной ситуации эти два аспекта смешаны.

Забота о прайвеси свойственна и американцу, и россиянину, и фирма справедливо указывает, что об охране этого "права человека" она думает. Но данная забота у американца и россиянина устроена отчасти по-разному и это может приводить к разной реакции на одну и ту же ситуацию вторжения в личную жизнь. Наверное, можно сказать, что в среднем россиянин больше американца боится государства и криминала, зато меньше боится фирм и организаций (российских) и более склонен к фатализму (менее тревожен). С другой стороны, ему труднее представить себе, что фирма и организация могут не предоставить какие-либо данные государству "по звонку", а потребуют решения независимого суда. Впрочем, не будем об этом на ночь глядя.

Возможно, что по степени вторжения в прайвеси систему можно было бы сделать адаптирующейся, но и это сделает ее дороже. Кроме того, Россия - маленький рынок, никто под нее сильно подлаживаться не будет, и продукт используется, по сути дела, в инокультурной среде. Это относится ко всему на свете, но если джинсы в итоге всосались в культуру (хотя поначалу государство боролось с ними), то с другими изделиями этот процесс еще идет.

**9. Что не нравится "профи"**

Если бы мы хотели серьезно подойти к вопросу, то мы должны был бы прежде всего спросить, какова надежность функционирования Виндовса по сравнению с другими системами сопоставимого а) объема, б) сложности и в) интенсивности взаимодействия с пользователем, причем г) сопоставимой квалификации. Ответа на этот вопрос у нас нет и его в настоящий момент не может быть - по простой причине. Сопоставимых систем нет.

Одно время были модны разговоры о скрытых "закладках", об "окнах", позволяющих дистанционно вторгаться в компьютер, которые имеются в некоторых продуктах Микрософт. Но их наличие фирма и не скрывает, а сделаны они (в некоторых продуктах) затем, чтобы реализовать дистанционную диагностику и "лечение" системы. Рядовому потребителю, законно купившему систему, этот сервис весьма удобен. Конечно, если система у вас ворованная, то этот сервис вам не доступен, а если вы такой компьютерный гуру, что доступен - то западло вам им пользоваться. Разумеется, в системе эти возможности могут быть отключены - и ровно в той же мере "разумеется", неоднократно высказывались предположения, что "откуда мы знаем, все ли они отключены" и "откуда мы знаем, все ли нам сказали". Высказывать такие предположения можно сколько угодно, ни одного факта несанкционированного вторжения фирмы пока не приведено, и можно себе представить, какой шум поднимется, если такой факт будет положен на стол.

Раздражает некоторых потребителей и порядок регистрации и "активизации" XP, при которой фирме передается не только информацию о том, что вы купили Windows XP, но и информация о том, что система начата эксплуатироваться. Не вдаваясь в специальные детали, можно сказать, что для российских реалий, когда вылетевший диск - нормальное явление, и для потребителей, которые часто меняют конфигурацию системы, порядок действительно неудобный. Но такие потребители найдут способ все эти порядки обойти - и действительно, нашли. А тому, кто покупает систему для работы не "с ней", а "на ней", и, в частности, корпоративному клиенту, от этого порядка ни жарко, ни холодно.

Другая область претензий - отсутствие открытого программного кода, "закрытость" (в основном) внутренностей системы от потребителя. Между прочим, закрытость внутренностей вашего утюга и видака почему-то истерик не вызывает. Не потому ли, что электротехнику, радиотехнику и технологию мало кто знает и, что самое главное, понимает, что не знает. А умение хотя бы немного программировать порождает обманчивое впечатление легкости понимания любой программы. Очень обманчивое впечатление...

Иногда высказывается мнение, что открытая публикация программного кода повлечет поток предложений об усовершенствованиях - при этом ссылаются на опыт разработки некоторых других систем. Однако это не доказано: альтернативные системы разрабатываются в некоторой степени "в пику" Микрософту (что, кстати, не слишком хорошая база для работы) и подобный механизм мог бы не сработать второй раз. Многие предложения требуют обработки высококвалифицированным специалистом, причем для понимания предложения и его адаптации требуется в среднем большая квалификация, чем для оригинального предложения, поэтому выигрыш не очевиден. Так зачем, спрашивается, эти игры фирме?

Кстати, к вопросу о взаимодействии со специалистами, не работающими в фирме. Смотрите, как об этом пишут: "Хотя Windows не может конкурировать с Linux по цене, компания Микрософт все же надеется "обхитрить" движение OpenSource... Микрософт намеревается двигаться в направлении создания сообщества пользователей и разработчиков Windows, аналогичного вышеупомянутому Linux community". Ну, во-первых, рынок Линукса изменился за последние год-два. Теперь Линукс (в особенности Линукс для предприятий) очень редко скачивается бесплатно. Основные дистрибутеры - Novell и RedHat. Мирософт конкурирует с ними обоими, и цены не так сильно отличаются. Если рассматривать общую стоимость использования продукта в течение 3 - 5 лет, то Windows оказывается дешевле. Во-вторых, не "намеревается", а давно это делает -- пользуется общественным тестированием. Пишущий или немного не в курсе, или просто врет. Что же касается "обхитрить", то нормальный человек написал бы "фирма Микрософт решила создать сообщество пользователей и т.д." Поклонник Линукса с удовольствием добавил бы: "решила поучиться у Линукса". Нервный поклонник вписал бы "наконец-то". Но "обхитрить" - это уже диагноз. Кстати, Микрософт действительно многому научилась у Линукса, и благодяря этому значительно увеличила вовлеченность членов сообщества.

Заметим, что Микрософт, как и все (человек, организация, государство), стремится обеспечить себе свободу действий. Вот, например, цитата из документа, регулирующего отношения между одной из служб Микрософт и клиентом.

"Служба .NET Passport может раскрывать личные сведения, только если этого требует закон или если служба .NET Passport считает, что такое действие необходимо для (a) соблюдения требований закона или в связи с иском против корпорации Майкрософт, (b) для защиты прав или собственности корпорации Майкрософт, службы .NET Passport или веб-узлов или служб, поддерживающих службу .NET Passport, или (c) в чрезвычайных обстоятельствах, чтобы обеспечить личную безопасность пользователей службы .NET Passport Service или других людей. Служба .NET Passport будет иногда обновлять это Заявление о защите личных сведений... Службе .NET Passport не требуется ваше согласие на любые обновления данного Заявления, расширяющие возможности использования или передачи личных сведений, которые не были указаны в этом Заявлении о защите личных сведений на момент сбора сведений". Возможности для "свободы рук" оставлены, но вы честно об этом предупреждены.

Заметим, что СССР/Россия оставляют за собой свободу действий всегда - откройте законы и вы на каждом шагу будете сталиваться с формулировками типа "не допускается, кроме случаев, оговоренных законодательством". Почему же все так довольны российскими властями и не довольны Микрософт?

**10. Маленькая, но имхастенькая фантазия**

Микрософт несет в своем ядре, в глубине программного обеспечения, в основе своей идеологии, "наследие прошлого". Между тем опыт, который приобретает человечество, эксплуатируя программное обеспечение, не всегда может быть использован в рамках той же системы. Поэтому создатели нового всегда находятся в несколько привелигерованном положении по сравнению с теми, кто совершенствует и развивает уже имеющиеся системы - опыт они могут использовать, а традиция уже воплощенных решений над ними не довлеет. Конечно, экономически и организационно новое слабее, но ведь должно же что-то компенсировать преимущества свободы от "родовой травмы", правда?

Было бы очень интересно понять, какие именно программные и организационные решения, в какие именно моменты, какими людьми принятые и т.п. определили развитие программинга и тот его облик, который каждый день и каждую ночь смотрит на нас - его пользователей и его творцов. Серьезная альтернативная история техники пока не существует, как дисциплина, хотя она, как нам кажется, вполне возможна. Причем в сфере программирования ее надо писать именно сейчас, пока еще живы специалисты, помнящие начало.

Помнящие железную коробку со скругленным верхом и ручку справа, которая вращалась с такими мягкими щелчками...