

Mitja Mavsar | Memefest 2004 | Komunikologija | Esej

Spletne skupnosti - cybergrožnja kvazidemokracijam

Avtor: Mitja Mavsar

mitja@kalidej.net
+386 41 888 980
kalidej.net/mitja

Ljubljana, 20. 5. 2004

ABSTRACT:

In a world where people don't trust their countries nor corporations and where pushy advertisements are making them sick, a new medium appears. A medium called cyberspace managed to establish an infrastructure for networking behaviour. Internet technologies have become a central nervous system for almost every company and web has become a place for free time activities and individual's opportunity where he can realize his wishes and interests. A web has become a place where a community appears for almost any concern or hobby. Cyberwar can be a threat if any of those communities grows strong enough to jeopardize national states. The threat is serious for all illegitimate rulers and for countries where there's a capitalistic feudal lord ruling in the name of freedom and democracy.

POVZETEK:

V času, ko ljudje ne zaupajo ne državi, ne korporacijam in se izogibajo potrošni družbi in prodajnemu oglaševanju, je vzniknil nov medij. Nov medij - spletno okolje - je postavil platformo in spodbudo za mrežno delovanje. E-tehnologije so postale osrednji živčni sistem podjetij, splet pa je postaja vedno bolj pogosto okolje za preživljanje prostega časa in udeležanje posameznikovih osebnih želja in interesov. Splet je postal gojišče skupnosti, ki kot gobe po dežju rastejo iz posameznih interesov. Grožnja z imenom Cyberwar dojemam v obliki krepitve interesnih spletnih skupnosti do te mere, da se lahko le-te fizično uprejo nelegitimnim državnim institucijam. A vendar: Kdor razmišlja in deluje v duhu demokracije, se mu ni treba ničesar bati. Cyberwar grozi le okostenelim kvazidemokratskim birokracijam, kjer v imenu demokracije vlada roka kapitalističnih fevdalcev.

Grožnja, ki jo avtorji teksta vidijo pod pojmom Cyberwar, sprejemam v smislu krepitve interesnih spletnih skupnosti do te mere, da lahko le-te konkurirajo in se tudi fizično uprejo nelegitimnim državnim institucijam. Kdor razmišlja in deluje s srcem in v duhu demokracije, se mu ni treba ničesar bati, saj je grožnja, ki jo poseblja cyberwar, relevantna le za okostenele strukture, kjer v imenu demokracije vlada roka kapitalističnih fevdalcev. V eseju želim povezati probleme sodobnega spletnega državljana, zato razlagam različne aspekte sodobnega posameznika in tudi pravnega subjekta, ki zaradi obsoletnosti nacionalne države išče alternativne poti za uveljavitev svojih interesov. Zgradi si omrežje, ki deluje kot nekakšno novodobno pleme, v okrilju katerega se posamezniku zdi, da je njegov glas vpliven. V času, ko je

nacionalna država postala nepomemben referenčni okvir, kot gobe po dežju, ne glede na nacionalne meje, rastejo skupnosti. Skupnostno, mrežno delovanje, se še posebej v času interneta zdi tisti pravi način delovanja, ki podjetjem in posameznikom ponuja možnost rasti.

Stanje demokracije v večini zahodnih držav meji na apatijo, državljane pa prežema občutek, da je njihov glas le utvara, tolažilna nagrada, ne pa neka prava možnost participacije pri sprejemanju odločitev. Stopnje zaupanja v državne institucije so kritično nizke in ljudje jih uporabljajo le, ko jih morajo. Vedo namreč, da je treba, če skušajo karkoli doseči, stopiti k brezštevilnim okencem in birokratom, kar pa je naporno zaradi občutka, da je država izjemno draga, koruptivna in neučinkovita.

Le redki tudi verjamejo, da lahko karkoli spremenijo s svojim glasom na demokratičnih volitvah. Večina ljudi volilne tekme spremlja površno, brez vsakršnega zanimanja za strankarske programe in politične usmeritve. Zaradi apatičnosti in hkrati neučakanih potrošniških navad je za zmago na volitvah postalo dovolj že to, da uporabljaš čustvene apele. Važno je predvsem, da govoriš, kar si volivec želi slišati in obljubljaš rešitve navidezno pomembnih problemov, saj se glasovi tistih redkih, ki berejo politične programe in dojemajo veliko sliko, izgubijo v množici glasov, ki temeljijo na politikovem videzu in njegovih manipulativnih sposobnostih. In rezultat: večina nevednih grobo zatre tisto manjšino, katerih glasovi so edini pravi.

Pod predpostavkami, da nacionalna država izgublja svoj pomen in da je denar v tem svetu merilo moči, bi lahko trdili, da so korporacije trenutno najmočnejši družbeni subjekti. Velika podjetja, ki izkoriščajo ekonomijo obsega, so prave države v malem; Število zaposlenih v nekaterih multinacionalkah je pogosto večje od števila prebivalcev nekaterih držav, pa tudi finančni promet teh korporacij presega proračune nekaterih držav. Za primer naj navedem podjetje Toyota, katere letni promet je enak slovenskemu letnemu proračunu. Kljub relativni uspešnosti pa korporacije zadnja desetletja ugotavljajo, da velikost in moč, ki spominja na državno, prinese s sabo tudi povsem »državne« probleme. Zaposleni so vedno bolj odtujeni in svojega dela ne opravljajo s srcem, poleg tega pa je učinkovito vodenje korporacije mogoče le s pomočjo birokracije. Vse to izničuje finančno prednost, ki jo prinaša ekonomija obsega, precejšnjo neučinkovitost in togost pa skušajo, večinoma neuspešno, zdraviti z novimi korporacijskimi oblikami, kot je na primer divizijska oblika.

V obliki konkurence ogromnim korporacijam je v zadnjem desetletju na moči pridobila množica malih in gibkih podjetij, ki so za princip delovanja zavzela ravno nasprotno stališče kot velikanske korporacije. Medtem ko skušajo korporacije pod svojo streho spraviti vse funkcije, ki jih potrebujejo, se mala podjetja odlikujejo po svoji vitkosti in učinkovitosti. Če česa ne znajo, poiščejo partnersko podjetje, ki določeno funkcijo opravlja bolje. Tako se oblikujejo zaveznitva in odnosi zaupanja med posameznimi podjetji, ki se ponekod razrastejo v zelo kompleksno prepredene mreže. Najboljše gre tistemu podjetju, ki je v svoji preteklosti izbral najboljše partnerje in hkrati ostal dovolj dober, da so ga mnogi izbrali in obdržali za svojega partnerja. Lep prikaz takšnega delovanja je oblikovanje lokalno omejenih industrijskih bazenov, kot sta Silicijska dolina in Padska nižina – Množica podjetij, ki tesno sodelujejo, ustvarijo rezultat, ki je primerljiv in celo presega rezultate korporacij. Zdi se, da so podjetja ugotovila, da je pametno početi le to, kar znaš, za vse ostalo pa poiskati partnerja. Najbolje gre tistemu, ki okrog sebe zbere najboljše partnerje – zmaga pajek z najbolj trdno mrežo!

V času interneta, ko so informacije o cenah dostopne le z nekaj kliki, pa se ideja mrežnega delovanja razširi do neslutnih razsežnosti. Ni več pomembno, ali tvoj partner izhaja iz tvoje države ali kontinenta, šteje le še to, ali je dovolj dober in konkurenčen. Sestankovati je mogoče online, brez osebnega srečanja in poceni pa je mogoče podpisovati tudi pogodbe. Ideje, znanje in tudi milijarde kapitala lahko v času interneta v sekundah preletijo ocean in prečkajo tisočkilometrsko razdalje.

Na začetku se je internet dojemal kot novost, orodje za »računalniške frike«, danes pa že ni več podjetja, ki ne bi svojega delovanja plemenitil z e-poslovanjem. Pravo ekspanzijo v javni rabi je internet doživel v prvi polovici devetdesetih, po sprejetju protokolov http in www ter po izumu prvega spletnega brskalnika. Na začetku je šlo za pripomoček, danes pa informacijska tehnologija predstavlja osrednji živčni sistem domala vseh organizacij. Če izklopimo informacijske tehnologije, večino konkurenčnih prednosti sodobnih podjetij odpihne veter. Stroji, ki bruhamo izdelke, so neposredno vezani na prodajne podatke, poti med dobavitelji in kupci so večinoma elektronsko nadzorovane, nezamenljive pa so postale tudi baze podatkov o kupcih in varovani strežniki z dragocenimi bazami znanja.

Informacijske tehnologije so uporabne za elektronsko poslovanje, hkrati pa je že deset let v silovitem porastu tudi povsem civilna raba e-pošte in svetovnega spleta. Čeprav mnogi internet obravnavajo kot medij, splet nikakor ni orodje s katerim bi

bilo mogoče preprosto vplivati in ga kar povprek vključiti v tržno-komunikacijsko delovanje podjetja. Veliko bolj realna definicija je, da je internet novo, vzporedno povezano okolje, ki korenito spreminja definicije odnosov, gospodarstva in družbe. In to razliko je treba upoštevati. Z orodjem lahko upravljamo, z medijem skušamo komunicirati, v okolju pa se lahko kvečjemu znajdemo! Medtem ko lahko orodje v veliki meri nadzorujemo, je pri okolju to nemogoče in se mu lahko kvečjemu prilagodimo.

Nekateri »podjetniki«, navdušeni nad možnostmi, ki jih ponujajo nove tehnologije, storijo napako in splet uporabljajo kot še en medij. Ne poznajo in ne upoštevajo pomembnih razlik med klasičnimi mediji in posebnim interaktivnim okoljem, posledica tega pa je, da se komuniciranja preko spleta lotijo na enak način, kot v offline okolju: Z oglasi zasuvajo e-nabiralnike, kot to počno z običajnimi nabiralniki, zakupujejo medijski prostor na enak način, kot v primeru tiskanih in radiodifuznih medijev, njihove flash spletne strani pa izgledajo kot bliskajoči ognjemeti s samovšečnimi oglasi, ki uspejo sporočiti predvsem eno samo egocentrično idejo: »Jaz sem najboljši«. Predstavitvena stran že "po defaultu" izhaja iz podjetja samega in je bolj kot obiskovalcem namenjena večanju ega podjetja in podpiranju prazne samozavesti "Mi smo online!"

Čeprav katera od teh »flashy« spletnih predstavitev zmaga na oglaševalskem festivalu ali kreativnem tekmovanju, bi podrobna analiza pokazala, da te strani večinoma nimajo niti obiskovalcev, kaj šele, da bi sproducirale kak omembe vreden finančni rezultat. Rezultat vsega tega je, da posamezne spletne akcije, pa tudi cela spletišča propadajo, mnogi investitorji pa drug za drugim zmajujejo z glavo, da se vložki v spletno komuniciranje ne izplačajo. Zaradi mnogih neuspehov in mlačnih rezultatov se mnogim zdi, da internet le ni tako donosen, kot se je zdel, in obrnejo pozornost nazaj h klasičnim, bolj »predvidljivim« medijem.

Toda internet ima potencial! »Dot com« podjetja so se zaradi napihnenih pričakovanj sicer razpočila, vseeno pa ostaja dejstvo, da se s pravim, mrežnim in okoljskim pristopom na internetu da storiti marsikaj. Mnogim uspeva in ti vedo povedati, da se na internetu da izjemno uspešno komunicirati in zgraditi globalno mrežo, a le pod pogojem, da odlično razumemo vse tiste okoliščine in specifične zahteve, ki jih spletni neuspešneži prezro. Skupni imenovalec uspešnih spletišč se skriva v razumevanju spletnih obiskovalcev. Skriva se v dejstvu, da ljudje spletnih vsebin ne gledajo, pač pa na spletu nekaj aktivno počno. Portali, kot so E-bay,

art.com, amazon.com ali pa slovenski mobisux.com in bolha.com obiskovalcu ponudijo platformo za druženje, izmenjavo mnenj, idej in stvari. Upravljalci spletnih skupnosti uspešno živijo le zato, ker se na spletu niso predstavili, pač pa so ponudili nekaj več. Ponudili so infrastrukturo za mrežno delovanje posameznikov. Ponudili so skupnost!

Kot si ne moremo predstavljati podjetja brez računalniškega omrežja, si tudi vedno več posameznikov ne zna več predstavljati prostega časa brez interneta in spletnih skupnosti, do katerih čutijo pripadnost. Kar se je sprva zdelo kot novotarija, je korenito spremenilo naša življenja in navade. Ljudje, ki ne zaupajo korporacijam, še manj pa birokratskim državnim aparatom, svojo energijo preusmerijo vase in v spletu poiščejo svoje somišljenike. Ker so obupali nad tem, da bi s svojim glasom vplivali na državo, se raje osredotočijo na svojo interesno skupino, ki jih razume in kjer lahko s svojim delovanjem dejansko vplivajo in usmerjajo tok dogodkov. Svojo pripadnost ne izražajo več državi, korporacijam ali političnim strankam, pač pa pripadajo skupinam, ki so si jih sami izbrali. Tako kot si izberemo prijatelje, si lahko v spletu izberemo skupnost(i), ki ji(m) želimo pripadati. Lahko smo točno to, kar smo, ali pa si nadenemo podobo koga drugega. Lahko se družimo z ljudmi, ki jih poznamo tudi v realnosti, ali pa se na to ne oziramo. Ni pomembno kdo in od kod smo, pač pa je za druženje važno le to, kaj govoriš in počneš.

Kot so si različni ljudje, so tudi nekatere spletne skupnosti popolnoma nedolžne, druge na meji dovoljenega, spet tretje pa so preprosto bizarne. Srečamo skupnost za gojenje zimzelenih rastlin, skupnost ljubiteljev avstrijske polke in valčka, skupnost slikarjev, najdemo pa tudi nevarne občudovalce serijskih morilcev, navdušene mučitelje mačk, oponašalce JackAssa, satanistične sekte častilcev boga destrukcije, antiglobaliste, ki planirajo nove večmilijonske izgrede proti vplivu korporacij, teroristična združenja, ki obravnavajo izdelavo plutonijevih jedrskih konic ... Od Aljaske do Nove Zelandije, od Vladivostoka do zahodne čilenske obale – v času interneta vladajo interesi in ne takšne oblike meja, kot smo jih poznali doslej. Vsi govorijo angleško in vsi, ki najdejo približen skupni imenovalec, se družijo, izmenjajo mnenja, fotografije, avdio in video posnetke ter nenazadnje nastopijo proti skupnemu sovražniku. Oblikujejo se bolj ali manj močne spletne skupnosti, ki jim ljudje posvetijo večino svojega prostega časa. Nekatere skupnosti zrastejo v finančno močna podjetja, ki za širitev svojih idej uporabljajo tudi ostale medije, spet druge so tako aktivne, da organizirajo javne shode in proteste ter s pomočjo poklicnih lobistov pomembno vplivajo na svetovne odločitve.

Mrežno delovanje pospešeno razbija hierarhije in razblinja dosedanje prednosti. Skrite patente in poslovne skrivnosti je skoraj nemogoče varovati, saj je vse mogoče najti v spletu in je dostopno takoj. Razlike se iskrijo le še v odnosih, v kakovosti mrež zaupanja, ki smo jo skozi čas uspeli zgraditi z našimi deležniki. Važno je razumeti, kdo so naši deležniki in se poistovetiti s tem, kaj počno, kje se zadržujejo in kje jih lahko srečamo. Ogromno je odvisno od natančnosti naših baz podatkov. Pa ne govorim o podatkih o spolu, demografiji. Na pomenu pridobivajo življenjski stili, prostočasne in interesne aktivnosti.

In če splet jemljemo kot še en medij, storimo ključno napako, saj spletna stran, uporabljana kot orodje, deluje le kot oglas. Ker pa se zaupanje v oglaševanje drastično zmanjšuje, se je takšnemu pristopu nujno treba izogniti in namesto tega podrobno raziskati, kje na spletu se naši deležniki nahajajo in kaj tam počno. Mnogi so že ugotovili, da internet nikakor ni množični, pač pa skupnostni medij. Treba je zgraditi mrežo in organizirati aktivno skupnost. Preko spleta je točneje kot kdajkoli prej mogoče ciljati prave interese in meriti rezultate. Ker lahko spletni uporabniki vsak trenutek izbirajo iz ponudbe, ki ji ni para, je na spletu nujno družbeno-marketinško delovanje! Če komurkoli karkoli vsiljujemo ali agresivno prodajamo, nas bo preprosto ignoriral ali pa celo ustanovil skupnost, ki našim interesom namenoma nasprotuje. Primer tega so mnoge sovražne spletne strani, ki jih napajajo gneva polni posamezniki, ki razkrivajo slabe strani določene ideje ali organizacije.

Avtorji teksta Cyberwar so v nastajajočem spletu videli sovražnika kontinuiteti, ki jim utegne spodmakniti stolček. Sovražnika, ki bi jim zlezal v kri, se prepletel s sistemom in jih od znotraj zadušil. Namesto, da bi v novih tehnologijah zaznali priložnost za svojo evolucijo, so zaznali grožnjo sistemu.

Čeprav je tak pogled zastarel in spominja na sovražno opozicijsko razmišljanje o nekdanji Sovjetski zvezi, pa je hkrati tudi razumljiv. Veliki sistemi, kot je ameriška administracija, so tako togi, da je najhujša stvar, ki se jim lahko zgodi, revolucionarna sprememba okolja. Splet je predstavljal hudo grožnjo vladajoči eliti, ki zase trdi, da je demokratična, v žepu pa skriva močne težnje po avtokratski vladavini. Problem so videli zato, ker je težnje po avtokratskem vladanju na internetu nemogoče skriti. Problemi, ki jih je pred ostalimi mediji še nekako mogoče skriti, na internetu hitro najdejo svojo javnost. Kričeči tretji svet na internetu predstavi svojo stisko, islamski skrajneži razširijo svoje namene, opozicija v trenutku anonimno pove umazane

podrobnosti o avtokratskih namerah vladajoče garniture ... Da, splet je mogoče videti kot grožnjo, a le v primeru, da imaš slabo vest. Cyberwar se je avtorjem zdela grožnja le zato, ker so se z bali časov, ko bi proklamirano svobodni ameriški posameznik dejansko dobil vpliv, ki bi bil večji od volilnega glasu. Ustrašili so se omrežij, ki bi dejansko omogočili brezmejno svobodo. Zanimivo je, da avtorji izhajajo iz države, ki sabo sebe vsak dan razglša za izumiteljico in prestolnico svobode.