

Hekerska etika in poskus kritike kolektivismu informacij

Boštjan Simon

Marshall McLuhan je s svojim pojmovanjem globalne vasi že 30 let pred izumom interneta orisal lastnosti družbe pod elektronskimi mediji: de-lokalizacija, univerzalen dostop do informacij, sinhronost. Ujetost sodobnega človeka v situacijo, v katero pronica informacije z vseh strani hkrati, je McLuhan primerjal z akustičnim doživljanjem sveta. Tega označujejo pomanjkanje kontinuitete, nenehno spreminjanje in hitrost ter izguba občutka identitete kot posledica vpletenosti z vsemi hkrati.

Medtem smo vsi združeni pod računalniškim oblakom informacij, kjer se vzpodbuja kolažiranje in obskurnost sledi in avtorstva. Vse postaja ena knjiga, mešanica vsega znanja, kjer avtorstvo zgublja pomen. Zagovorniki projektov Web 2.0 vzpostavljajo kolektivno znanje anonimnih uporabnikov z aleksandrijsko knjižnico, preobrazba anonimnih vnosov v »skupke vsega človeškega znanja« pa počasi postaja podobna preobrazbi Svetega pisma z »zgoščenke« evanجليjev, psalmov, spisov in Stare zaveze, vse do neposredne Božje besede. Raznolikost razpoložljivih informacij velikokrat privede do malikovanja platforme le-teh in kliče po razločni definiciji odnosa med človekom in njegovim vseprisotnim Vmesnikom, internetom.

Kar na enkrat se zdi, da je vse na dosegu misli, hkrati pa smo se znašli v neke vrste digitalnem panoptikonu, kjer je vsaka trivialnost ovekovčena in dostopna vsakomur. Najstniki so najbolj na udaru v procesu digitalizacije samopodobe. Številne zgodbe o samomorih v Koreji in na Japonskem, ki so temeljile na zgledu iz spleta, pričajo o pomembnosti te digitalne dvojne identitete. Generacija, ki raste s Facebookom, Twitterjem, Wikipedijo in CC-jem, mora zato nenehno urejati in nadzorovati svoj spletni ugled in se izogibati zlobnemu očesu spletnega panja. Hraniti in varovati mora svoje digitalne dvojnike in, tako kot politiki, ostro prežati na neumestne izjave, fotografije, itd. Ta efekt panoptikona je morda poglobilni učinek iluzije realnosti osebne digitalne reprezentacije.

V tem morju internetne aktivnosti je najti tudi pojave, ki več sporočajo o mediju samem, kot o njegovi vsebini. Navajam samo nekaj primerov: »exhaust data« kot »odvečna«, a s pridom izkoriščana vsebina brez konteksta, »augmented reality« ali žepna verzija virtualne resničnosti in pa pojav na Youtubeu, imenovan »shreds«, oz. podvrsta sple-

tnih video kolažev s posebnim humorjem, ki povzroča oddaljenost gledalca od originalne vsebine, izvajalcev in njihovih pravic. Neizogibna posledica v sprejemanju takih vsebin je presenetljivo McLuhanovska: izgubi se namen, relativizira se lokalnost, zabriše se rdeča nit in artikulacija originalne ideje, avtorstvo pa postane odvečen privesek neskončnemu toku razvedrila.

INFORMACIJA ŽELI BITI BREZPLAČNA

Zdi se, da je jedro te vsesplošne zmede mogoče najti v raznolikosti pojmovanja informacije. Narava in mesto informacije v človeški družbi se neprestano spreminjata, vzporedno z razvojem softverskih vmesnikov in naraščajočo hitrostjo prenosa podatkov. Pri vsaki debati o moralnih implikacijah prostosti informacij, zaščiti avtorskih pravic in posledic družbenega mreženja, pa je opaziti, da se konflikt zares suče okoli temeljne narave informacije.

Poglejmo recimo znano izjavo Stewarta Branda s prve hekerske konference leta 1984:

»Informacije si želijo biti brezplačne, istočasno pa tudi drage. Brezplačne zato, ker pri svojem razdeljevanju, preurejanju in razmnoževanju dosegajo prenizke cene; prenizke, da bi jih lahko merili. Po drugi strani pa imajo za svojega prejemnika neizmerljivo vrednost – zaradi tega si želijo biti drage. Napetost med tema dvema težnjama, težnjo po brezplačnem in težnjo po dragem, ne bo prenehala. In ravno ta napetost nas vedno znova pripelje v neskončne in razburljive debate o cenah, avtorskih pravicah, intelektualni lastnini in moralnosti kavzalne distribucije, in se bo z vsakim krogom novih naprav samo še povečevala.«

Informacija je tu postavljena na presečišče med ceno produkcije/distribucije in njenim pomenom oziroma vrednostjo, ki jo določena informacija

predstavlja za posameznika. V tem kontekstu je zanimiv tudi dvojni pomen besede »free«, ki nakazuje vzajemni mehanizem svobodnega pretoka in cenovnega razvrstitvenja informacij. Kaj je tu vzrok in kaj posledica? Odgovore ponavadi črpamo iz prepričanj o naravi in namenu informacije same, jaz pa si bom za trenutek pomagal z zgodovinsko referenco.

Pred iznajdbo tiska so bile knjige nezamisljivo drage in redke. Če pomislimo na tehnologijo v samem začetku tiska in na njen vpliv na cene knjig, opazimo, da vsebina knjig v tem procesu pocenitve (napram učinkom tehnologije) ni igrala večje vloge. Proces pocenitve pa je po drugi strani igral ključno vlogo pri širjenju vsebine; brez Gutenbergove iznajdbe namreč ne bi bilo niti reformacije niti Trubarja niti narodne zavesti. Na tak način je tehnologija tiska Besedo kot besedo odprla ljudstvu, ponovno definirala pojem javnosti, pri čemer je tehnološko pogojeno cenovno razvrstitvenje informacij igralo ključno vlogo. Tu sta torej vzrok (razvrstitvenje zaradi tehnologije) in posledica (prost pretok) bolj ali manj jasna.

Poglejmo aktualni kontekst in primerjajmo iznajdbo tiska in iznajdbo interneta. Če je jasno, da masovna produkcija zbija ceno, potem »absolutno masovna produkcija« ceno zbija absolutno. To je en vidik, ki se tiče predvsem paraboličnega naraščanja razpoložljivih informacij. Ampak, v dobi interneta večina prizadetih industrij opaža, da je prost pretok informacij ključni vzrok njihovega cenovnega razvrstitvenja. Za vznik piratstva niso krivi nizki stroški proizvodnje in distribucije glasbe, knjig, filmov, ampak neskončno olajšan dostop do informacij. Trenutno živimo v času, v katerem se realizira projekt hekerske etike, opisan v delu avtorja Stevena Levya Hekerji: heroji računalniške revolucije, iz leta 1984. Pri tem je deset let mlajši izum (internet) katalizator ali tehnologija, ki ima to etiko na nek način inherentno vgrajeno v svoj sistem delovanja. Imperativ svobode informacij in univerzalnega dostopa ne kljubuje samo založniškim hišam, filmski in glasbeni industriji, ampak tudi državnim ustanovam (npr. problem Wikileaks).

INFORMACIJA SI NE ZASLUŽI, DA BI BILA BREZPLAČNA

Jason Lanier v svoji knjigi *You are not a gadget* (Penguin, 2010) kritizira to prevladajočo hekersko (anti)ideologijo »silikonske doline« in jo označi

kot »kibernetični totalitarizem«. Knjiga se kritično osredotoča na obljube računalniške elite in pri tem izpostavlja škodo, ki jo je kolektivizacija znanja, umetniških proizvodov in storitev povzročila na področju človeške kreativnosti in samopodobe v zadnjih desetih letih.

»Informacija si ne zasluži, da bi bila brezplačna.« V tem manifestu so takšne in podobne krilatice ponujene vzporedno s primeri uspešnih, razvojno in informacijsko vase zaprtih skupnosti, na primer družbe Apple. Človek je (spet) na prvem mestu samo v kolikor informacija ni povečevana kot njegovo ovekovečenje (nova religija Singularnosti, internet kot prebujena umetna inteligenca), ampak njegovo orodje in vir zaslužka. Jaron Lanier v tem kontekstu pravi, da informacija nima svoje volje, ni nekaj živega in nas v obliki softverskih okolij in digitalnih vmesnikov definira samo toliko, kolikor ji dovolimo. Opozarja tudi na nevarnosti zaprtih programskih platform (kot so recimo protokol MIDI za glasbenike in različne oblike družbenega mreženja, npr. Facebook), ki zavoljo lažje komunikacije in fluidnosti sistema reducirajo glasbeno noto v numerično reprezentacijo, posameznika pa na njegov profil. Poudarja, da so programi velikokrat napisani tako, da zahtevajo naše prilagajanje na vnaprej določene kategorije in s tem ustvarijo videz, da stroji lahko mislijo.

Na ta način je knjiga Jarona Lanierja večinoma manifest individualizma in originalne kreativnosti v dominantnem okolju ideologov Weba 2.0, ki oblaka informacij ne dojemajo samo kot skupno dobro, ampak skupno pravico. Tudi v Lanierjevem primeru večina zaključkov izhaja iz njegovega pojmovanja narave informacije, še posebej njenega odnosa do človekove izkušnje. Stavki, kot so »informacija je odtujena izkušnja« in »izkušnja je edini proces, ki lahko od-odtужи (*to de-alienate*) informacijo«, prenesejo pozornost od širše družbene kritike k procesu zaznavanja informacij.

Informacija je zgoščen, miniaturiziran in prenosljiv sprožilec izkušnje, ki brez dialoga s človeško pozornostjo ne obstaja. Ontološka definicija informacije je na ta način navezana na njeno moč reprezentacije. »Realnost« informacije se meri po realnosti reprezentacije, in tu se med informacijo in izkušnjo pojavi prepad. Medtem, ko digitalno informacijo lahko podvojimo brez izgub, se osebna izkušnja reducira z vsako reprezentacijo. Lanier tu poudarja, da se realnost realnosti na tem področju definira negativno, in sicer kot nezmožnost zado-

stne ali popolne reprezentacije. Ergo, infomacija je le napotek k človeški izkušnji in nima svojih lastnih pravic, si ne želi biti »svobodna ali prosta« in končno, ne bo trpela, če ne doseže svojega.

IZVOLI BREZPLAČNO PLOŠČO, PROSIM!

Z glasbenega vidika to vsekakor drži, koncert v idealnih pogojih (o teh se bi se sicer dalo debatirati) bo vsekakor bolj bogata izkušnja, kot pa reproduciran koncert na takšnem ali drugačnem nosilcu zvoka. Izkušnja je primarna, nosilec z glasbeno informacijo pa sekundaren. V glasbenem smislu to ni reprezentacija, temveč povzetek in poenostavljenje glasbene izkušnje. Zgoščenke so glasbo spremenile v bitne informacije; od njihovega pojava pa do masovnega piratstva z mp3-ji, do nastanka iPoda in popolnega razkroja glasbene industrije, pa je minilo samo slabih 10 let. Razlika med vinilno ploščo in glasbenim zapisom v mp3-formatu ni samo v kvaliteti zvoka, ampak predvsem v poteku procesa poslušanja, ki globoko spremeni človeški odnos do glasbe.

Zagovorniki kolektivizacije kreativnosti velikokrat uporabijo ta argument kot apel k prostemu deljenju kreativnega dela. Osvoboditev informacije zaradi njene ločenosti od izkušnje. Prava umetniška perspektiva, pravijo, je osredotočenje na nemoteno in neomejeno produkcijo izkušenj, ne pa perspektiva kontrole in cestninjenja pretoka informacij, in s tem povezanega mešetarnjenja s procenti in profiti. V tem smislu lahko glasbenik privzame hekersko etiko prostega pretoka.

Zanimiva prigoda je intervju Davida Lettermana z Bobom Weirem in Jerrijem Garcio, kjer se pojavi vprašanje o ustaljeni praksi dovoljenega snemanja koncertov skupine Grateful Dead, in to v kontekstu negativnega vpliva na prodajo njihovih glasbenih plošč.

Weir: »Če bomo kdaj ustvarili zares dobro ploščo, jo bodo ljudje tako ali tako pokupili z naglico.«

Garcia: »Šov ni nikoli isti. Nikoli, v nobenem primeru ... In ko ga končamo, ko ga imamo zadosti, ga poslušalci lahko obdržijo.«

Seveda, Grateful Dead so bili pač industrija konstantnega koncertiranja, prodaje vseh sort okrasov in oblačil, hkrati pa so bili od začetka sedemdesetih lastniki svoje založbe. Še danes med glasbenimi skupinami na turnejah velja napotek: »Podari in razdaj plošče če je treba, ampak PRODAJ majčke!«

Treba je tudi poudariti, da obstaja razlika med lastništvom informacij (pravkar opisani primer deljenja, prostega pretoka posnetih koncertov) in ostalimi avtorskimi pravicami (uporaba avtorske vsebine v kontekstu, ki je avtorju neznan in uporaba v komercialne namene, denimo). Igranje s kontekstom je igranje z integriteto osnovne zamisli, še posebej takrat, ko upoštevamo način, po katerem so raznovrstni kolaži sprejeti v internetni javnosti (seveda obstajajo tudi izjeme, kjer se status originala in njegovega avtorja ohranjeni). Raznovrstni internetni kolaži so neposredna posledica degradacije avtorskih pravic. Lanier na ravni umetniške produkcije razločuje med izrazi prvega reda (avtorska glasba, film, knjiga) in izrazi drugega reda, ki so kolaž izrazov prvega reda. Z ekonomskim izenačenjem obeh vrst izrazov (vsa informacija je potencialno zastonj) se na splošni ravni vzpodbuja površnost izrazov drugega reda in s tem degradacijo splošne kulture.

LEPA ZMEDEANOST

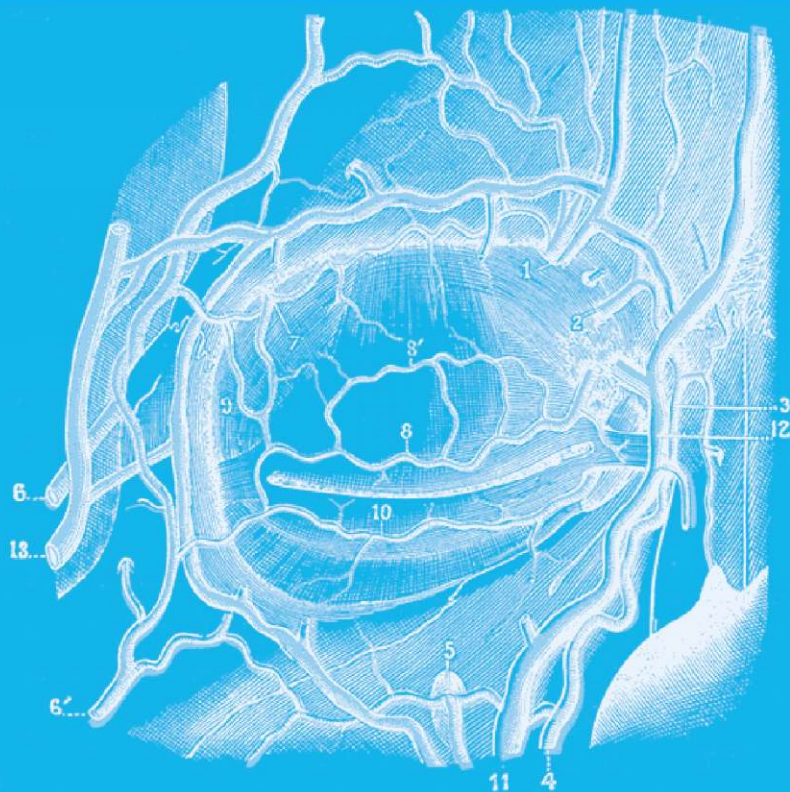
Za konec se bom namesto (prepoznega) pritoževanja nad ekonomsko marginalizacijo ljudi s kreativnih poklicev raje obrnil na zasebnost v trenutnem stanju informacijskega panja. Kot kažejo trendi, morda prepozno. Človekova potreba po digitalizaciji in profiliranju, mreženju in deljenju, ustvarja ogromne zaloge infomacij, po katerih Mark Zuckerberg s pridom rudari in jih spreminja v statistične ocene trga, to pa prodaja multinacionalkam (Facebookov nenapisani slogan je »privacy is theft!«). Osební podatki, kot so npr. zdravniška kartoteka, spolna usmerjenost, bančni račun, krvna skupina, povprečni dohodek itd., so tako transparentni kot še nikoli doslej. Internetni varnostni sistemi so samo navidezni, prepuščeni na milost in nemilost hekerskega moralnega kodeksa. Google pozna vašo davčno številko, HIV-pozitivnost ali negativnost, če skačete čez plot ali ne, itd. Neobstoječe podatke o vas se da z določenimi algoritmi deducirati s preostalimi podatki. Na spletni strani Escapist magazine sem prebral, da so študenti z MIT ustvarili program, ki z veliko verjetnostjo »napove« vašo spolno usmerjenost, samo glede na vnose v vašem profilu na facebooku ...

Ko se pogovarjam z žrtvami hekerskih vlomov, se mi dobronamernost popolne odprtosti infomacij ne zdi več rešilna bilka človeštva v zagati, temveč prej šibenje posameznika napram skupnosti. Fronta postaja »jaz proti internetu« (kdo izmed

vas si lahko še predstavlja življenje brez *neta*?), in pri tej fronti je na konceptualni ravni, jarke treba šele izkopati. Bajonet je osebna lastnina, čelada je zasebnost, vsaka krogla pa nosi moje ime. Na žalost pa internet več ne odgovarja v jeziku prve svetovne vojne.

John Clayton, znan ameriški učitelj in basist skupine Count Basie Orchestra, je na neki delavnici povedal: »Nimam rad besede mreženje (*networking*),

ker nočem biti mrežen (*networked*) s strani drugih.« Tu vidim pomembno razlikovanje medčloveških odnosov, kjer na eni strani stoji odnos do povečane storilnosti, kjer ljudi razporejaš v kategorije zato, da lažje dosežeš željen izid, in na drugi strani medčloveški odnos, ki temelji na upoštevanju širše človeške situacije in je samemu sebi cilj in kontekst. Pred kratkim je gospod Clayton sprejel moje »prijateljstvo« na Facebooku. •



Naslednja RAZPOTJA izidejo junija.

Svoj brezplačni izvod si zagotovite

z naročilom na spletni strani

www.dhg.si