

Grodzenie wirtualnej przestrzeni: Kapitalizm 2.0

14 lipca 2007

Tzw. "Web 2.0" jest sloganem reklamowym, który głosi demokratyzację tworzenia treści w sieci i stara się ukryć centralistyczny aspekt środków technicznych wykorzystywanych do dzielenia się tymi treściami. Dmytri Kleiner i Brian Wyrick widzą zjawisko „Web 2.0” jako raj dla inwestorów, którzy zbijają majątek na wartościach produkowanych przez nieopłacanych użytkowników i na innowacjach wolnego oprogramowania. W ten sposób zabijany jest decentralizacyjny potencjał sieci peer-to-peer.

Według Wikipedii, "Web 2.0 – określenie wymyślone przez O'Reilly Media w 2004 odnosi się do hipotetycznej drugiej generacji serwisów internetowych, takich jak portale towarzyskie, Wiki, narzędzia komunikacyjne i kategoryzacyjne, które stawiają na współpracę i wymianę użytkowników sieci."

Warto zwrócić tu uwagę na słowo "hipotetyczny". Wikipedia – będąca największą pracą zbiorową w historii i pupilem społeczności internetowej – z pewnością wie, o czym pisze. W odróżnieniu od większości serwisów Web 2.0, Wikipedia należy do fundacji non-profit, zarabia jedynie dzięki darowiznom i udostępnia swoje zasoby na zasadzie licencji copyleft GNU Free Documentation License. Jeśli Wikipedia twierdzi, że „pojęcie Web 2.0 stało się popularnym, aczkolwiek źle zdefiniowanym i często krytykowanym sloganem w niektórych społecznościach informatyków i specjalistów od marketingu”, to znaczy, że coś jest na rzeczy.

Społeczność wolnego oprogramowania z nieufnością, jeśli nie z otwartą pogardą odnosi się do określenia Web 2.0. Tim Berners-Lee – wynalazca hipertekstu – stwierdził, że „Web 2.0 to tylko żargonowe wyrażenie. Nikt nawet nie wie, co to oznacza”. Tim

dodaje: „oznacza to wykorzystanie standardów, które zostały wypracowane przez ludzi, którzy pracowali nad Web 1.0”.

W rzeczywistości nie istnieje ani Web 1.0 ani Web 2.0, lecz ciągły rozwój aplikacji sieciowych, które nie mogą być jasno skategoryzowane.

Gdy próbuje się zdefiniować, czym jest Web 2.0, najłatwiej powiedzieć, że najistotniejsze innowacje polegały na umożliwieniu społeczności tworzenie, modyfikację i dzielenie się treścią w sposób, który uprzednio by dostępny tylko dla scentralizowanych organizacji, które dysponowały drogim oprogramowaniem, pracownikami opłacanymi za zajmowanie się technicznymi aspektami portalu i za tworzenie treści, która z reguły była publikowana tylko na stronie tych organizacji.

Firma należąca do zjawiska Web 2.0 całkowicie zmienia ten model produkcji treści. Aplikacje i usługi sieciowe stały się tańsze i łatwiejsze do zaimplementowania. Pozwalając użytkownikom na dostęp do tych aplikacji firma może w wydajny sposób dokonać outsourcingu produkcji i organizacji treści przekazując tą dziedzinę w całości w ręce użytkowników. Zamiast tradycyjnego modelu polegającego na wydawcy publikującym treść i na użytkowniku konsumującym treść mamy do czynienia z nowym modelem, gdzie firma jest scentralizowanym portalem pośredniczącym pomiędzy użytkownikami, którzy są jednocześnie twórcami i konsumentami.

Użytkownicy zyskują więcej możliwości, gdyż nowe aplikacje umożliwiają im tworzenie i publikację treści bez konieczności kupowania oprogramowania i zdobywania większej wiedzy. Na przykład, dwa podstawowe sposoby produkcji tekstu w Web 2.0 to blogi i Wiki, które umożliwiają użytkownikowi publikację treści bezpośrednio z przeglądarki praktycznie bez żadnej wiedzy na temat języka HTML, protokołu transferu plików i protokołów syndykacji i bez konieczności zakupu oprogramowania.

Wykorzystanie aplikacji web zamiast aplikacji desktopowych staje się jeszcze bardziej znaczące dla użytkowników w przypadku treści innych niż tekstowe. Okazuje się, że nie tylko można tworzyć strony WWW za pomocą przeglądarki bez konieczności kupowania programów do edycji kodu HTML, ale również przetwarzać fotografie bez konieczności zakupu drogich aplikacji do przetwarzania grafiki. Film nagrany na taniej kamerze może być umieszczony na portalu udostępniającym filmy, zakodowany, zintegrowany ze stroną HTML, opublikowany, oznaczony kategoriami i syndykowany w całej sieci jedynie za pomocą przeglądarki użytkownika.

W artykule Paula Grahama o Web 2.0 autor opisuje różne role społeczności i użytkownika dzieląc je na: profesjonalistę, amatora i użytkownika (dokładniej: użytkownika końcowego). Role Profesjonalisty i Użytkownika końcowego były dobrze zdefiniowane w epoce Web 1.0. Natomiast Amator nie miał jasno zdefiniowanej roli. W książce „Co biznes może się nauczyć od ruchu Wolnego Oprogramowania” Graham napisał, że amator kocha pracę i nie jest zainteresowany własnością tej pracy. W dziedzinie programowania amator dodaje swój kod do aplikacji open source, a profesjonalista otrzymuje wynagrodzenie za tworzenie własności intelektualnej.

Opis „Amatora” w wykonaniu Grahama przypomina ten z dzieła „Gdybym kierował cyrkiem” Dr. Suessa, gdzie młody Morris McGurk tak wypowiada się o pracownikach wyimaginowanego cyrku McGurkus:

“Moi pracownicy kochają pracować. Mówią mi: “Kaź nam pracować! Proszę kaź nam pracować!

Będziemy pracować i wypracujemy tyle niespodzianek

Że nie zobaczysz połowy z nich, nawet gdybyś miał czterdzieści ócz!”

Choć “Web 2.0” może nic nie znaczyć dla Tima Bernersa-Lee, dla którego najnowsze innowacje są tylko płynnym rozwojem sieci, dla kapitalistów szukających zyskowych inwestycji, którzy

śnią o nieustrudzonych pracownikach produkujących nieskończone ilości materiału i nie wymagających za to zapłaty jest to fascynujące. YouTube, Flickr, Wikipedia... Rzeczywiście nie zobaczysz połowy z nich, nawet gdybyś miał czterdzieści ócz!

Tim Berners-Lee ma rację. Nie ma nic w Web 2.0 z punktu widzenia techniki lub użytkownika, co nie miałoby swoich korzeni w Web 1.0 i w naturalny sposób się nie rozwinęło z Web 1.0. Technologia konieczna do realizacji Web 2.0 była możliwa do wykorzystania, a w niektórych przypadkach faktycznie dostępna zanim pojawiło się to hasło. Jednak reklama z pewnością przyczyniła się do rozwoju witryn wykorzystujących te możliwości.

Internet (a to więcej, niż tylko sieć WWW) zawsze opierał się na idei dzielenia się pomiędzy użytkownikami. Sieć Usenet, rozproszony system przekazywania wiadomości, działa w od 1979 roku! Na długo zanim nastąpiła era Web 1.0 na Usenecie odbywały się dyskusje, było miejsce dla „amatorskiego” dziennikarstwa i możliwe było współdzielenie fotografii i plików. Tak jak Internet, Usenet jest systemem rozproszonym i nie należy do nikogo i nie podlega niczyjej kontroli. Właśnie ta cecha – brak centralnej własności i kontroli – odróżnia usługi takie, jak Usenet od Web 2.0.

Jeśli Web 2.0 ma jakikolwiek sens, to jest nim racjonalność kapitału inwestycyjnego. Web 2.0 oznacza zwrot z inwestycji w początkujące firmy internetowe. Po załamaniu się tzw. „dotcomów” (prawdziwy koniec Web 1.0) ci, którzy próbowali zwabić dolary inwestycyjne potrzebowali stworzyć nowe uzasadnienie dla inwestycji w biznes online. W latach 90’tych dominującym mottem było: „zbuduj, a klienci sami przyjdą”. To okazało się złudzeniem, podobnie jak cała „nowa ekonomia” oparta na mrzonkach. Po tylu porażkach nie było to już atrakcyjne dla inwestorów. Inwestorzy nie byli już zainteresowani budowaniem infrastruktury i finansowaniem kapitalizacji nowych firm. Bardziej atrakcyjne wydało im się przejmowanie wartości stworzonej przez innych.

Web 2.0 to Internetowy Boom 2.0. Web 2.0 jest modelem biznesowym opartym na przejmowaniu przez prywatne firmy wartości stworzonej przez społeczność. Nikt nie może zaprzeczyć, że technologia takich portali, jak YouTube jest trywialna. Na dowód niech posłuży niezwykle duża ilość identycznych serwisów, takich jak DailyMotion. Prawdziwa wartość YouTube nie została stworzona przez programistów, którzy napisali kod strony, ale przez ludzi, którzy codziennie publikują swoje filmy na tej witrynie. Gdy YouTube zostało kupione za ponad miliard dolarów w akcjach Google, ile procent tych akcji otrzymali ludzie, którzy stworzyli filmy publikowane na portalu? Zero. Nic. To niezły interes dla właściciela firmy Web 2.0.

Wartość tworzona przez użytkowników serwisów Web 2.0 takich, jak YouTube została przechwycona przez prywatnych inwestorów. W niektórych przypadkach, twórczość użytkowników staje się własnością właścicieli portalu. Zawłaszczanie wartości wytworzonej przez społeczność przez prywatne firmy stanowi zdradę ideału dzielenia się technologią i wolnej współpracy.

Nie tak jak w epoce Web 1.0, gdy inwestorzy często finansowali kosztowne pozyskiwanie kapitału, rozwój oprogramowania i tworzenie treści, inwestor w epoce Web 2.0 musi tylko finansować reklamę i marketing. Infrastruktura jest tania i powszechnie dostępna, zawartość jest darmowa, a koszt oprogramowania – tego, które nie jest darmowe – jest znikomy. W zasadzie wystarczy udostępnić nieco przepustowości sieciowej i miejsca na dysku, by stworzyć popularny serwis internetowy. Wystarczy jedynie skuteczny marketing.

Głównym źródłem sukcesu firmy Web 2.0 jest umiejętność nawiązania więzi ze społecznością, a dokładniej umiejętność "okiełznania kolektywnej inteligencji" – jak to ujął O'Reilly. Firmy Web 1.0 były zbyt monolityczne i jednostronne w swoim podejściu do zawartości. Przypadki udanego przejścia z modelu Web 1.0 do Web 2.0 opierają się na umiejętności zachowania monolitycznego aspektu zawartości i – jeśli to możliwe,

zachowania praw własności do niej – jednocześnie otwierając możliwość tworzenia treści dla członków społeczności. Firma Yahoo! Stworzyła umożliwiła użytkownikom swojego portalu publikację treści, zachowując jednak scentralizowany sposób przechowywania i wyszukiwania tych treści. EBay umożliwia społeczności sprzedaż dóbr zachowując prawo własności do rynku dla tych dóbr. Amazon sprzedaje te same produkty, co wiele innych firm, ale ta właśnie firma odniosła sukces, gdyż pozwoliła użytkownikom uczestniczyć w „otoczce” swoich produktów.

Ponieważ kapitaliści, którzy inwestują w początkujące firmy Web 2.0 często nie uczestniczą we wczesnych fazach kapitalizacji, ich zachowanie jest wyraźnie bardziej pasożytnicze. Zjawiają się późno w grze, gdy tworzenie wartości osiągnęło już masę krytyczną i przejmują serwis na własność. Używają swojej finansowej siły przebicia by promować serwis w kontekście hegemonicznej sieci dużych i silnych partnerów. To oznacza, że firmy, które nie zostaną przejęte przez kapitał inwestycyjny są skazane na śmierć głodową z braku gotówki lub zostaną usunięte poza nawias.

W każdym z tych przypadków wartość portalu internetowego nie została stworzona przez pracowników opłacanych przez firmy zarządzające portalami, ale przez użytkowników portali. Tak wiele uwagi poświęca się tworzeniu i dzieleniu się treścią tworzoną przez społeczność, że łatwo zapomnieć o drugiej stronie doświadczenia Web 2.0: prawa własności tej treści i zarabiania na niej pieniędzy. Użytkownik nieczęsto spotyka się z tym problemem. Wzmianki o tym pojawiają się w umowie użytkownika MySpace i url firmy pojawia się w linku do zdjęć. Nie wydaje się to problemem dla społeczności. Użytkownicy godzą się na taką cenę za to, mają dostęp do tak wspaniałych aplikacji i zapierającego dech w piersiach efektu w wynikach wyszukiwania własnego imienia. Większość użytkowników nie posiada innych środków publikacji i produkcji własnej treści i dlatego decyduje się na wykorzystanie stron takich, jak

MySpace i Flickr.

W międzyczasie świat korporacji starał się spopularyzować zupełnie inną wizję Autostrady Informacyjnej: monolitycznych, scentralizowanych “usług online”, takich jak CompuServe, Prodigy i AOL. Tym, co wyróżniało te serwisy od reszty Internetu była centralizacja, która wymuszała bezpośrednie łączenie się użytkowników z centralą. W technologii peer-to-peer każde urządzenie z publicznym adresem IP może bezpośrednio komunikować się z każdym innym urządzeniem. Dzięki temu istnieje sieć peer-to-peer i dzięki temu istnieją niezależne usługi dostępu do Internetu.

Trzeba też dodać, że wiele projektów Open Source wniosło kluczowe innowacje w rozwoju Web 2.0: wolne oprogramowanie takie, jak Linux, Apache, PHP, MySQL, Python stanowi rdzeń Web 2.0 a także rdzeń samej sieci. Jednak w tych wszystkich projektach tkwi pewna cecha, która jest wadą z punktu widzenia podstawowych kompetencji firm Web 2.0 (według O'Reilly'ego): brak możliwości kontroli nad unikalnymi, trudnymi do odtworzenia źródłami informacji, które stają się coraz bogatsze w miarę, jak coraz więcej ludzi ich używa, stając się środkami do okiełznania zbiorowej inteligencji. Cechą charakterystyczną udanej firmy Web 2.0 jest udostępnianie użytkownikom możliwości publikacji stworzonej przez nich zawartości na zasadach własności intelektualnej stającej się własnością firmy. Nie jest taką cechą umożliwianie społeczności zachowania prawa własności do tego, co zostało przez nią stworzone. A zatem, aby odnieść sukces i przynieść zysk inwestorom, firma Web 2.0 musi stworzyć centralnie sterowane mechanizmy udostępniania i współpracy. Brak centralnej kontroli w Usenecie i innych technologiach peer-to-peer jest najpoważniejszą przeszkodą. Taka struktura sieci – nie będąc niczyją własnością – przynosi korzyści tylko użytkownikom, a nie nieobecnym inwestorom.

Ponieważ Web 2.0 powstało w Kapitalizmie 2006, Usenet prawie odszedł w zapomnienie. Wszyscy używają Digg i Flickr, YouTube

jest warte milion dolarów, a PeerCast – innowacyjna sieć peer-to-peer umożliwiająca przesyłanie strumienia wideo istniejąca od wielu lat (a na pewno dłużej niż YouTube) jest prawie nieznana.

Z technologicznego punktu widzenia, rozproszona sieć peer-to-peer (P2P) jest dużo bardziej wydajna, niż systemy Web 2.0. Lepiej wykorzystuje dostępne zasoby sieciowe komputerów użytkowników i unika tworzenia wąskich gardeł typowych dla scentralizowanych systemów. W sieci P2P treść może zostać opublikowana przy mniejszych nakładach na infrastrukturę. W większości przypadków wystarczy komputer i łącze internetowe. Systemy P2P nie wymagają wielkich hurtowni danych, jak YouTube. Brak centralnej infrastruktury wiąże się z brakiem centralnej kontroli, a to oznacza cenzurę – wszechobecny problem w prywatnych „społecznościach”, które idą na rękę prywatnym grupom nacisku i wprowadzają ograniczenia publikowanych treści. Brak centralnej bazy danych z informacją o użytkownikach ma też duże znaczenie dla zachowania prywatności.

Gdy na to spojrzeć w ten sposób, Web 2.0 zdaje się być przewencyjną odpowiedzią kapitalizmu na atak sieci P2P. Pomimo wielu niedogodności w porównaniu z P2P, Web 2.0 jest bardziej atrakcyjna dla inwestorów, a zatem więcej środków jest dostępnych do promowania i sponsorowania scentralizowanych rozwiązań. Ostateczny rezultat jest taki, że producenci informacji nie znający dobrze technologii i szukający tanich i łatwych rozwiązań garną się do serwisów scentralizowanych. Łatwość dostępu zestawiona z bardziej technicznie wymagającym i droższym przedsięwzięciem posiadania własnego środka produkcji informacji spowodowało wykształcenie „bezrolnego” proletariatu informacyjnego gotowego do dostarczania wyalienowanej pracy przy tworzeniu treści dla nowych panów w wieku info-feudalizmu Web 2.0.

Często się mówi, że internet zaskoczył świat korporacyjny, gdy wyłonił się z publicznych uniwersytetów i wojskowych ośrodków

badawczych. Rozwinał się jako drobny przemysł małych i niezależnych dostawców usług internetowych, którzy umieli zarobić na udostępnianiu zasobów sieci zbudowanej z państwowych środków.

Internet wydawał się herezją dla wyobraźni kapitalistów. Pierwotny boom Web 1.0 wyróżniał się pędem do przejęcia na własność infrastruktury i konsolidacji niezależnych dostawców usług internetowych. Choć inwestorzy mieli problem ze zrozumieniem, do czego będzie służyć nowe medium i szastali pieniędzmi w dość przypadkowy sposób, misja polegająca na konsolidacji własności sieci w dużym stopniu zakończyła się powodzeniem. W 1996 r. dostęp do sieci zapewniały małe lokalne firmy. Dziesięć lat później większość ludzi uzyskuje dostęp do Internetu dzięki gigantycznym firmom telekomunikacyjnym, choć niektóre małe firmy przetrwały. Misją Internetowego Boomu Inwestycyjnego było zniszczenie niezależnych dostawców i przywrócenie kontroli wielkich korporacji o dużych zasobach finansowych.

Misją Web 2.0 jest zniszczenie aspektu P2P internetu. Chodzi o to, by użytkownik, jego komputer i jego połączenie sieciowe było uzależnione od scentralizowanego serwisu, który kontroluje jego możliwość komunikowania się. Web 2.0 to koniec wolnych systemów P2P i powrót monolitycznych „usług online”. Warto zwrócić uwagę na pewien szczegół: w latach 90’tych większość łączy internetowych w domach i w biurach – modemowych i ISDN’owych – była synchroniczna – pozwalała na wysyłanie danych z taką samą prędkością, jak na odbieranie danych. Taka konstrukcja usługi umożliwiała użytkownikom być w równym stopniu producentami, co konsumentami informacji. Nowoczesne połączenia DSL są asynchroniczne, co oznacza, że można szybko pobierać informacje, ale wysyłanie informacji jest powolne. Wiele umów z dostawcami usług internetowych zabrania uruchamianie serwerów podłączonych do usługi sieciowej. Podłączenie serwera może skutkować odcięciem dostępu do Internetu.

Kapitalizm jest oparty na idei uzyskiwania dochodu za pomocą biernego prawa własności udziałów. Taki system może działać tylko w warunkach scentralizowanej kontroli, gdy producenci nie mają żadnych powodów, by dzielić swoje zyski z udziałowcami z zewnątrz. Kapitalizm jest zatem niekompatybilny z sieciami P2P. Dopóki rozwój Internetu będzie zależny od finansowania przez prywatnych udziałowców, którzy próbują przechwycić wartość za pomocą prawa własności do zasobów internetowych, dopóty sieć będzie się stawała coraz bardziej ograniczona i scentralizowana.

W przypadku twórczości opartej na wspólnej infrastrukturze, gdy członkostwo grupy jest ograniczone, a potrzeby producentów muszą być zaspokajane za pomocą środków znajdujących się poza obrębem społeczności, sami producenci mogą stać się winni wyzysku czyjejś pracy. Aby zapobiec niesprawiedliwemu przejmowaniu owoców wyalienowanej pracy, dostęp do wspólnoty i członkostwo w niej muszą się rozciągać tak daleko, jak to możliwe – aż ogarną cały system dystrybucji dóbr i usług. Tylko gdy wszystkie dobra będą dostępne dla wytwórców ze społeczności, wszyscy będą mogli zachować wartość owoców swojej pracy.

Wspólnoty informacyjne mogą odegrać rolę w promowaniu bardziej otwartych modeli produkcyjnych. Jednak nie ma żadnej nadziei na stworzenie prawdziwych zasobów internetowych, które by wzbogacały społeczność jeżeli będą one oparte na prywatnych scentralizowanych serwisach. Aby być autentyczne, muszą się one opierać na kooperacji w ramach systemów P2P, których właścicielami będą wszyscy i nikt. Choć według dzisiejszych standardów wczesny Internet aplikacji peer-to-peer takich, jak Usenet i email wydawał się mały, był to jednak prawdziwie wspólnotowy zasób. Wraz z komercjalizacją Internetu i wzrostem znaczenia finansowania kapitalistycznego nastąpiła era grodzenia wspólnych gruntów informacyjnych i przetwarzania wspólnego dobra na prywatny zysk. Web 2.0 nie jest drugą generacją technicznego i społecznego rozwoju Internetu, ale drugą falą

kapitalistycznego grodzenia Informacyjnej Wspólnoty.

Właściwie każdy zasób internetowy dałoby się zastąpić alternatywą opartą na P2P. Wyszukiwarkę Google można by zastąpić wyszukiwarką P2P, każda przeglądarka i każdy serwer WWW mogłyby stać się aktywnymi węzłami wyszukiwania. Flickr i YouTube mogłyby być zastąpione przez aplikacje takie, jak PeerCast i eDonkey, które pozwalają użytkownikom na współdzielenie zdjęć i filmów. Ale rozwój zasobów internetowych wymaga środków finansowych. Tak długo, jak źródłem tych środków są kapitaliści, wielki potencjał P2P Internetu pozostanie niezrealizowany.

Autorzy: Dmytri Kleiner i Brian Wyrick

Źródło: [C.I.A.](#)