

Zastupnica je spominjala nacionalizaciju Facebooka. Pitali smo da malo pojašni...

Imamo primjere za to i u bogatim kapitalističkim zemljama, pogotovo kad djelatnosti koje su od važnosti za društvenu većinu bivaju monopolizirane



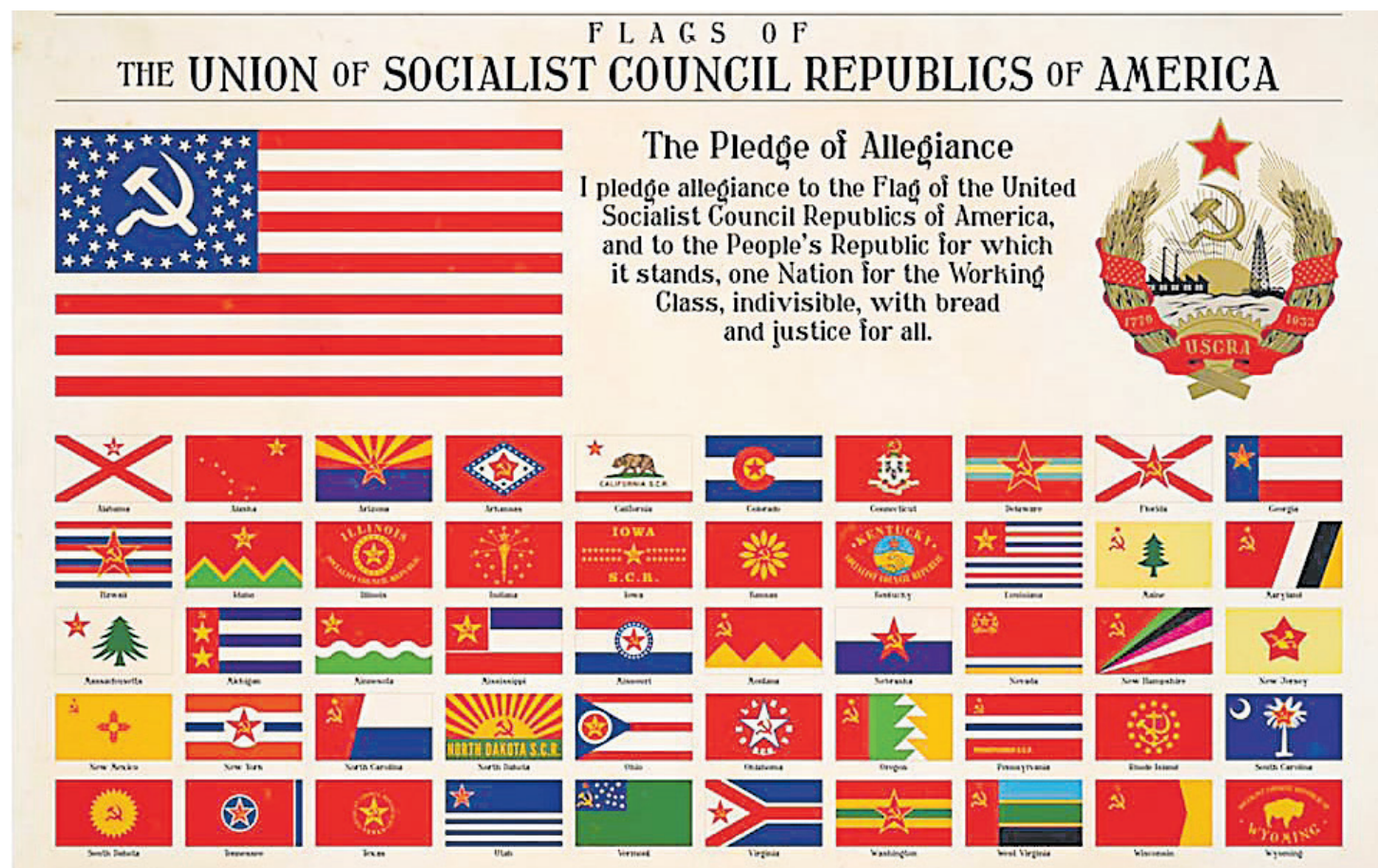
Piše:
KATARINA PEOVIĆ
saborska zastupnica

Tko je za i što zapravo znači nacionalizacija Facebooka? Prvo treba reći nešto o načinu na koji je ono što sam napisala došlo do javnosti i intenciji - medij koji je objavio screenshot s rasprave s mogega zida računao je s tim da će ovako

objavljen status (bez rasprave) u kojem stoji nacionalizacija Facebooka biti shvaćen na najbanalniji način - tako kao da ja zagovaram neku autoritarnu praksu ograničavanja komunikacije i uvođenja nadzora po uzoru na ono što provodi recimo Kina, jer tome mediju, naravno, nije ni na kraj pameti objasniti kako je riječ o omogućavanju demokratske kontrole nad onim sustavima koji imaju karakter javne sfere te zadaći države ne da osigurava temelj za neo-

metano stvaranje profita ili da stvara klijentelističku mrežu, nego da osigura temeljne potrebe svima, a u te potrebe, pored zdravstvene zaštite, obrazovanja, hrane i stanovanja, sigurno spada i prostor suvremene "javne sfere", u kojoj komunikacija i informacije trebaju biti zaštićeni od manipulacije i gdje bi korisnici trebali imati mogućnost utjecaja na formu medija.

Nastavak na sljedećoj stranici



Za taj medij vođen clickbait strategijama samorazumljivo je da nacionalizacija znači "otimanje" nečega što je privatno vlasništvo i za što privatni vlasnik sam ima pravo određivati pravila i svrhu korištenja. No područstvljenje ili nacionalizacija je oblik osiguravanja uvjeta demokratske kontrole društvene većine nad onim sustavima koji su od važnosti za sve, a imamo primjere za to i u bogatim kapitalističkim zemljama, pogotovo kad djelatnosti koje su od važnosti za društvenu većinu bivaju monopolizirane. U prošlosti to su bile komunalne djelatnosti, željeznice i slični sustavi koje nije dobro ostaviti privatnom interesu, kojemu je jedini cilj profit. Područstvljenje je ključno u onim situacijama u kojima društvena većina treba biti korektor da se privatni interes i profit ne postave iznad svega, što može dovesti do toga da se, recimo, privatne informacije o korisnicima prodaju trećoj strani koja manipulira ponašanjem glasača na izborima, kao što je to bio slučaj s Facebookom. Da privatno vlasništvo Facebooka nad podacima korisnika nije korisno za društvenu većinu koja taj sustav koristi i stvara glavni sadržaj te komunikacijske platforme - pokazale su mnoge situacije. Tako je to bilo u slučaju Beacon skandala iz 2007. godine, kad je Facebook uveo novi model komercijalizacije privatnih informacija, kao dio Facebookova sustava oglašavanja, kako bi omogućio ciljano oglašavanje na korisničkom news feedu. Beacon je izvještavao treće strane o aktivnostima svojih korisnika, bez njihova znanja. Tužba korisnika je nasreću uspjela u tome pa je Beacon modificiran tako da ga se može isključiti. Nakon tog skandala slijedio je skandal s Cambridge Analyticom, pri čemu je Facebook dopustio jednoj privatnoj tvrtki da se okoristi s 50 milijuna korisničkih profila i proda podatke drugoj tvrtki, Cambridge Analytici, koja je manipulirala elektoralnim ponašanjem birača u korist Donalda Trumpa. Mnogi su nakon ovoga skandala smatrali da je to trenutak kad treba demokratski regulirati samovolju platformskih giganata. Ideju da se nacionalizira globalne internetske gigante iznio je, među ostalima, Nick Srnicek, profesor digitalne ekonomije na King's College u Londonu, poznat kao autor knjige "Platformski kapitalizam" (<https://www.theguardian.com/commentis-free/2017/aug/30/nationalise-google-facebook-amazon-data-monopoly-platform-public-interest>). Srnicek upozorava da je monopolistički oblik

Svi su nedavno iskusili prelazak FB-a na novo sučelje koji mnogi ne pozdravljaju i bune se protiv njega, no ne postoji način da utječemo na njegov izgled

moći u 21. stoljeću karakterističan za platformske kompanije poput Facebooka, Googlea i Amazona, pri čemu uspješnost njihove strategije počiva na kritičnom broju korisnika - masovno korištenje platformi čini beskorisnim poziv da ih se ne koristi ako vam se ne sviđaju. Bilo je i pokušaja da se migrira na alternativnu mrežu (Ello, Diaspora, Minds), no to je moguće samo ako se postigne kritičan broj korisnika. Neki prijedlozi se javljaju i za ograničavanje ili zabranu oglašavanja, čime nestaje dio profitnog interesa (<https://www.jacobinmag.com/2018/08/facebook-social-media-capitalism-regulation-advertising>). Neki zastupaju i oporezivanje internetskih giganata. To je predložio i Jeremy Corbyn 2018., kad

Ne bi li trebali oni koji se njime koriste i koji su autori sadržaja odlučivati o izgledu, kao i o svim bitnim pitanjima ovog javnog kanala komunikacije?

je pozvao na slobodne i demokratski otvorene medije te na oporezivanje tehnoloških divova i internetskih pružatelja usluga. Slovenska Levica je prije neki dan uputila u proceduru Zakon o oporezivanju digitalnih giganata, što bi u slovenski budžet donijelo oko 10 milijuna eura.

Ako se problem kapitalističkog monopolizma u prošlosti uglavnom rješavao (i to u kapitalističkim zemljama) nacionalizacijom - istina je kako model nacionalizacije željeznica nije moguće jednostavno preslikati na internetske gigante - može se očekivati emigriranje platformskih servera u druge zemlje, no to ne znači da se područstvljenje kao temelj demokratizacije servisa koji bi trebali biti javni servisi, a ne privatni, ne može pokušati osmisliti. Svi su nedavno iskusili prelazak Facebooka na novo sučelje koji mnogi ne pozdravljaju i bune se protiv njega - no ne postoji način da utječemo na izgled Facebooka. Ne bi li trebali oni koji se njime koriste i koji su autori sadržaja odlučivati o izgledu, kao i o svim bitnim pitanjima ovog javnog kanala komunikacije? Svakako, važno je prisjetiti se da su u počecima društvenih mreža u SAD-u, kao i u Europi, korisnici bili i moderatora te određivali zajednički pravila ponašanja, tako da sadašnji izgled platformi nije nešto stalno i nepromjenjivo. Uostalom, kako bi domaći zagovornici kapitala komentirali intenciju američkog preuzimanja TikTakovih američkih operacija koja je upravo usmjerena na to da se socijalnu mrežu koja je postala dio srži američkog društva, a nije pod njihovom kontrolom, pod hitno stavi pod njihovu kontrolu?

Monopol se danas ostvario nad nekim od ključnih ljudskih djelatnosti - kompanije imaju nadzor nad pretraživanjem podataka, provjerljivošću podataka, komunikacijom... Prikupljanje podataka, dosezanje kritične mase, kupovina "manjih" servisa - sve su to strategije koje se nalaze daleko od proklamirane "slobodne tržišne utakmice" i osiguravaju "pobjednicima" monopol, koji je uz to povezan uz temeljne ljudske djelatnosti. S Facebookovom zloupotrebom privatnosti pokazuje se da privatni interes jedne korporacije nije nužno interes društvene većine, a stvar je time dramatičnija što su mreže zamijenile ili makar dopunile ono što se podrazumijeva pod "javnom sferom". Stoga je važno da se o mogućnostima i promjenama što više komunicira - ali demokratski, a ne na način fake newsa.