



20^{let}
pressclipping

LET

Poročilo medijskih objav

14.08.2014

Objave v poročilu:

MED.OVER.NET

1

KAZALO - zbirni list objav

MED.OVER.NET



14.8.2014	Primorske novice	Stran/Termin: 4	SLOVENIJA
Naslov:	Slovenski interni internet in kao-neo-liberalizem		
Vsebina:	Pred leti, ko je bila ponudba rabljenih otroških vozičkov na Bolhi še bistveno manjša, je na vsiljivo vprašanje, češ, kaj pa ti pravzaprav kaj delaš v življenju, Jonas Žnidaršič odgovarjal: "Internet se učim na pamet.		
Avtor:	Marko Crnkovič		
Rubrika, Oddaja:	AKTUALNO	Žanr: KOMENTAR	Naklada: 21.000,00
Gesla:	MED.OVER.NET		

14.8.2014 Primorske novice

Stran/Termin: 4

Naslov: Slovenski interni internet in kao-neo-liberalizem

Avtor: Marko Crnkovič

Rubrika/Oddaja: AKTUALNO

Žanr: KOMENTAR

Površina/Trajanje: 298,80

Naklada: 21.000,00

Gesla: MED.OVER.NET



Marko Crnkovič

BESEDO DAM V OGENJ, ROKE PA NE

Slovenski interni internet in kao-neo-liberalizem

Pred leti, ko je bila ponudba rabljenih otroških vozičkov na Bolhi še bistveno manjša, je na vsiljivo vprašanje, češ, kaj pa ti pravzaprav kaj delaš v življenju, Jonas Žnidaršič odgovarjal: "Internet se učim na pamet."

V resnici pa so se naskrivaj učili internet na pamet povprečni Slovenci. Danes ga znajo na izust. Poglejmo nekaj bistvenih predsodkov na to temo.

Moja izhodišča teza je, da je pri našem odnosu do interneta prišlo do nekakšnega čudnega udomačenja: navzeli smo se ga, se ga navadili, ga osvojili, si ga prilagodili - in to tako, da je učinek najbolj revolucionarne iznajdbe v zgodovini čim manj moteč za naš simpatični, uveljavljeni način življenja in razmišljanja.

Šokantno je vsake toliko videti najpogostejše iskane besede ali imena. Iz naključno najdenega članka izpred nekaj let je razvidno, da so bili Top 3 "igre", "avto.net" in "vreme", od ljudi pa Nina Osenar, Saša Lendero in Sanja Grohar.

To seveda niso iskanja na Googlu, to so iskanja na Najdi.si. To se mi zdi podobno kot Sina Weibo in Baidu, kitajski alternativni za Twitter in Google. Razlika je sicer v tem, da gre tam za preprečevanje političnega pohujšanja, pri nas pa za spontani, demokratični, tako rekoč tržni, kao-neo-faking-liberalni provincializem, zamaskiran s praktičnostjo, ki je v majhni deželi lahko še tem učinkovitejši.

Narod sinov in hčera Brede Kutin se informira po internetu, plačuje pa po povzetju.



Slovenci veliko kupujemo po internetu, kajneda? Mhm, super, pred nakupom vse prečekeramo, ker smo ponosen in pameten narod sinov in hčera Brede Kutin - ampak plačamo pa raje po povzetju, da nas ne bi kdo nategnil s kartico.

Šokantno je tudi spremljati permanentno medijsko kampanjo za zastraševanje z grozodejstvi, ki se nam lahko pripetijo na internetu.

Domnevna nevarnost številka ena je zloraba podatkov - od dostopa do dokumentov, uploadanih v oblak, pa do razkritja osebnih podatkov v pravem pomenu besede.

Strah pred internetom me spominja na strah pred letenjem. Ta drugi ima resda razumljivejše psihološke vzroke, vendar ni argument za debato o varnosti, če letalske nesreče primerjamo z avtomobilskimi.

Še hujša stvar je škodljivi vpliv interneta ter računalniških in drugih elektronskih naprav - seveda z izjemo televizije! - na otrokov razvoj. No, verjetno še ni bilo izuma v novejši zgodovini, za katerega ljudje ne bi na pamet trdili, da poneumlja otroke.

Najhuje pa je seveda to, da lahko naivnega in nič hudega slutečega otroka na internetu zvabijo v past pedofili. Obstaja cela vrsta vladnih in nevladnih organizacij - ne samo v Sloveniji, toda tu je to še bolj disproportionalno -, ki se ukvarjajo z ozaveščanjem staršev in otrok o nevarnostih interneta.

Pa nam je že kdo kdaj postregel z verodostojnim podatkom o številu žrtev analogne pedofilije (če lahko uporabim tak gnu-sen izraz) v primerjavi s tisto, ki se realizira s pomočjo interneta?

Slovenija je po drugi strani v svetovnem vrhu po številu tehnoloških startupov in projektov, ki konkurirajo za sredstva na Kickstarterju. Očetje, ki so svoje čase ustanavljali bende in vadili v garažah, zdaj sinovom namesto ojačevalcev in bobnov kupujejo računalniško opremo in jim ustanavljajo firme.

Slovenski mainstream pa gre po svoje. Hinavski mediji sicer radi opazijo, da je tudi to del gospodarstva in podjetniške iniciative, vendar je veselje, ki ga pri tem pokažejo, podobno tistemu, kot če Slovenec posname viralen video srake in medveda v budimpeštanskem zooju.

Podoba slovenskega interneta so slovenski mediji, zlasti časopisi. Prepoznavni so izključno kot blagovne znamke iz časov printa, medtem ko so izven vladnih in intelektualnih krogov kredibilni približno toliko kot Najdi.si (ki je v bistvu tudi medij) ali Med.Over.Net.

Ljudje ne opazijo razlike. Ne zanima jih - pa tudi časa nimajo, ker ravno študirajo na Supervizorju, koliko je kdo potegnil od države, ali pa se na pamet učijo lestvico največjih davčnih dolžnikov. To pa ja.