

Komunikacja internetowa w serwisie Allegro. „Kłacze” jako metafora nadkodowania społecznego.

Celem niniejszej pracy będzie przeanalizowanie działania platformy aukcyjnej Allegro pod kątem strategii komunikacyjnych jej użytkowników przy zajmowaniu przez nich pozycji do dokonywania zakupu lub sprzedaży i związanymi z nimi konsekwencjami w postaci budowania społeczności internetowej. Na tle podstawowych modeli komunikacji w ramach tego portalu zbadam oddolne działania użytkowników zakładając, iż przyjmują one postać konceptu ”zbiorowej inteligencji” Pierrea Lévy w systemie hipertekstowym. Przy okazji praktyk społecznych nie objętych kontrolą serwisu, zastosuję figurę „kłacza” Gillesa Deleuze i Felixa Guattari jako metafory funkcjonowania użytkowników na pograniczu działania oficjalnego w sensie kodu i nieoficjalnego w charakterze nadkodu.

Za podstawę do interpretacji poniższych wniosków posłużyła mi obserwacja zachowań klientów serwisu Allegro zrealizowana w ramach przedmiotu *Jakościowe badania przekazów mediów audiowizualnych* w semestrze zimowym 2008/2009 i letnim 2009 pod opieką dr Marty Kosińskiej. Posiłkowałem się w tym okresie zarówno analizą forów na Allegro, jak i wywiadów pogłębionych z jego użytkownikami przeprowadzonych przeze mnie i przez moich kolegów z grupy, a także wspólnymi przemyśleniami z również ponadprogramowych, spotkań, bez których napisanie tego szkicu było by niewykonalne. Projekt ten powstał w celu odpowiedzi na pytania: czy można myśleć o istnieniu społeczności internetowych na portalach innych niż te, jakie do tego zadania są szczególnie przeznaczone (np. *Nasza Klasa* i *Facebook*)? Jeśli zgodzimy się z tą tezą, to na czym polega ich korelacja z główną domeną omawianego serwisu? W szkicu tym postaram się bliżej naświetlić tą kwestię na przykładzie platformy aukcyjnej Allegro.

Komunikacja odgórna, mieszana i oddolna

Wbrew temu, co się przyjęło myśleć o serwisach „kupna i sprzedaży”, portal ten nie zalicza się do jednostronnych platform tego typu, gdyż także przykłada wagę do konstruowania przestrzeni wspólnego dialogu i wymiany doświadczeń oraz umiejętności. Obok dwóch standardowych modeli porozumiewania się z serwisem (użytkownik i serwis; użytkownik, serwis, i inny użytkownik), można wyróżnić więc również trzeci, który opiera się na komunikowaniu oddolnego nadkodu między użytkownikami. Pierwszy z nich, oferuje użytkownikowi usługi przez portal w ramach porady kupna (*Obsługa kupujących*),

ubezpieczania towarów (*Program ochrony kupujących*), płatności za zakupione towary (*Płatności Allegro, Płacę z Allegro, AlleKarta, Escrow*), współpracy między serwisami (*Platforma iStore, Allegro WepAPI, RekS*), porady prawnej (*Współpraca w ochronie praw*), obsługi mediów (*mAllegro, Quich Loader, Allegro na IPHona*), prezentacji własnych produktów (*Widgety*), nagradzania za rzetelność (*Program supersprzedawca*), organizacji imprez pod jego szyldem (*Blog Grupy Allegro*). Poprzez komunikację w ramach tego modelu, użytkownik usiłuje nabrać zaufania i poczucia bezpieczeństwa, pomimo prowadzenia „wirtualnej” działalności gospodarczej pozbawionej prawdziwej interakcji z kontrahentem w rzeczywistości. Choć porządek ten zapewnia profesjonalnie uświadczoną usługę i posiada całkowicie sformalizowany charakter, podtrzymuje on typ relacji podporządkowujący klienta systemowi. Dlatego też, przy silnie osadzonej władzy i hierarchii wymaga on hermetycznej formy wypowiedzi i jednoznacznych procedur biurokratycznych, które działają na niekorzyść zwłaszcza początkujących klientów serwisu.

W przypadku drugiego porządku komunikacyjnego, tzw. „mieszanego”, mamy do czynienia w sytuacjach spornych między użytkownikami, gdy rozwiązanie danego problemu odbywa się koniecznie za pośrednictwem „rozmiejcy” – moderatora ze strony serwisu. Paradoksalnie, kością niezgody w takich przypadkach częstokroć bywają nieprecyzyjnie sformułowane przepisy w określonej kwestii, które sprawiają, że portal musi uszczegóławiać swój własny regulamin i z premedytacją orzekać rację na korzyść czyjejś ze stron bez przyznania się do winy nieokreśloności i umowności. Konsekwencje tej kolei rzeczy mogą być tyleż niebezpieczne, że na jej podstawie buduje się całą etykę i prawo serwisu, w sytuacji gdy takie pojęcia jak „dobre zachowanie”, czy też „przepisy prawa” są wyłącznie nadmienione w regulaminie bez wyjaśnienia ich konkretnego znaczenia. Z tego względu fakt rozsądzania spraw, które każdorazowo mogą przybierać charakter precedensu przy niejednoznacznych definicjach na polu etyki i prawa, stanowią najpoważniejsze zagrożenie dla spójności i reputacji portalu. Nie można jednak zapomnieć o tym, iż największą cenę za te nieścisłości przypłacają w końcu zmuszeni do ulegania zwierzchności serwisu użytkownicy. W kierunku wyjścia z dialektyki ekonomii kupna i sprzedaży zmierza wreszcie trzeci typ komunikacji między użytkownikami. Osią jego funkcjonowania jest możliwość przesyłania obustronnie postów przy pertraktowaniu w sprawie zawarcia transakcji. W odróżnieniu od konkurencyjnego serwisu internetowego *E-Bay*, innowacja w tym zakresie wiąże się z dwoma rodzajami aktywności (biernym lub czynnym uczestnictwem) użytkowników zarówno na forum *Café Allegro* dającym możliwość deliberacji nad określonymi tematycznie problemami, jak i na stronie *Historie Allegrowiczów* poświęconej opisywaniu swoistych doświadczeń przeżytych przy okazji użytkowania serwisu. Kluczową rolą w tego typu

komunikacji spełnia opcja komentarza, która pełni funkcję oceny stanu jakości wykonanej transakcji przez kontrahenta na drodze wybrania jednego z trzech istniejących rodzajów: pozytywnego, neutralnego i negatywnego. Zarówno ich typologia jakości, jak i ilość zrealizowanych zamówień świadczą o wiarygodności użytkownika jako sprzedawcy. W mniejszym stopniu w tej domenie zważają wizytówki umieszczane przez samych klientów serwisu na stronie *O mnie*, gdyż nie odzwierciedlają one jego mierzalnej aktywności w serwisie i opinii o nim innych użytkowników. W tym modelu komunikacyjnym wykorzystuje się zakulisowe strategie działania, będące rezultatem zebrania nieoficjalnej puli informacji o działaniu portalu i zdobywania własnych doświadczeń w pertraktacjach przy prowadzeniu transakcji. W tej materii odznacza się kreatywna przestrzeń interakcji, która pozwala na wywalczenie przewagi przy lepszej znajomości funkcjonowania serwisu i przyjęciu właściwej strategii prowadzenia gry psychologicznej w trakcie zawierania transakcji. W powyższych porządkach komunikacyjnych między podmiotami interakcji wysuwa się zasadnicza kwestia związana z rozwijaniem polityki prospołecznej przez serwis jako odpowiedzi na reżimy organizacyjne serwisu stawiające pod znakiem zapytania obiektywność sprawowania władzy i możliwość wystawiania sprawiedliwej oceny w stosunku do użytkowników. W ten sposób, fluktuująca, wielowymiarowa sieć użytkowników debatująca oddolnie wychodzi wobec niezależnych od niej i niekiedy arbitralnych postanowień odgórnej władzy, dokonując oceny własnym sumptem, wskutek czego powstają grupy społeczne o różnym stopniu zaufania do władz portalu i różnorodnej skali potrzeb. Pomimo, iż tożsamość relacji, gdzie debata częstokroć krąży wokół tematu ekonomii, odbiega od typu stosunków zawieranych na portalach społecznościowych, takich jak *Nasza Klasa* i *Facebook*, przybiera ona postać względnie trwałych i stabilnych powiązań, szczególnie w sytuacji, gdy obie strony czerpią satysfakcję ze wspólnie dokonanych transakcji i przyjmują zbieżne strategie funkcjonowania w serwisie.

Zbiorowa inteligencja Allegro

Wśród osób zalogowanych i aktywnie dokonujących operacji handlowych w oddolnym modelu komunikacji, można wyodrębnić grupę klientów serwisu stosujących pewne metody autoprezentacji, kupna i sprzedaży wykorzystujące wspólnie rozpracowywane luki w systemie. Nie mowa tu wyłącznie o tzw. *hackerach*, czyli jednostkach o bardzo wysokiej kompetencji informatycznej włamujących się do systemów internetowych i dezorganizujących ich strukturę lub kradnących ważne dane, lecz idzie przede wszystkim o grono użytkowników nie wykształconych profesjonalnie w zakresie obsługi internetu, którzy

usiłują przesunąć, niekiedy z powodzeniem, określoną własność materialną lub niematerialną w ramach serwisu na swoją korzyść. Są to działania pojedyncze lub zbiorowe wymierzone w stronę portalu lub innych kontrahentów, celem zdobycia bądź wiarygodności jako użytkownika, bądź konkretnych zysków finansowych. Na określenie takich grup społecznych Pierre Lévy wprowadził koncepcję „zbiorowej inteligencji” w rzeczywistości wirtualnej. Definiuje ją jako:

wszelką grupę ludzką nie tyleż mającą interes w tworzeniu wspólnoty wirtualnej, co zbliżającą się do ideału zbiorowej inteligencji, bardziej pomysłową, szybszą, zdolniejszą do nauczania się, wymyślania niż kolektyw inteligentnie prowadzony.¹

W tym miejscu wysuwa się charakterystyka kolektywnego typu wiedzy, na który składają się kompetencje eksperckie poszczególnych użytkowników, konsumowane z udziałem całej społeczności zgodnie z formułą maksymy: „Nikt nie wie wszystkiego, każdy wie coś. Całą wiedzę ma ludzkość”². Według Henry'ego Jenkinsa stanowi ona załączek nowej kultury wiedzy nacechowanej tym, że:

nasze więzy ze starszymi formami społeczności zrywają się, gdy nasze zakorzenienie w geografii fizycznej maleje, gdy nasze powiązania z rodziną wielopokoleniową [...] rozpadają się i gdy nasza lojalność wobec państw narodowych zostaje przedefiniowana³.

Jest to innymi słowy, obraz wykluwającej się grupy społecznej o wspólnych priorytetach intelektualnych i emocjonalnych, wyzierającej poza inne formacje dyskursywne, w której poszukuje się w toku dyskusji i negocjacji rozwiązań na stojące przed społecznością pytania. To, co równoznaczne jest z „sumą wszystkich informacji gromadzonych przez indywidualnych członków danej wspólnoty”⁴ stanowi ideał całości wiedzy, z którego korzysta się przy debatowaniu na forach, stronach edycyjnych i innych kanałach komunikacyjnych, a także omawianiu doświadczeń związanych z serwisem, i problematyką zawierania transakcji w internecie. O koncepcji „zbiorowej inteligencji” można mówić w kontekście Allegro, jeśli się zakłada, iż wiedza ta, choć rozsiana wśród użytkowników, zostaje udostępniana na zapytanie jednego z nich. W praktyce jednak otrzymanie satysfakcjonującej odpowiedzi wymaga częstokroć włożenia dużej ilości wysiłku i uzbrojenia się w cierpliwość na forach, gdyż tylko najbardziej otwarta grupa użytkowników jest skora bezzwłocznie wyjawic

1 Cyt. za, P. Lévy, *Cyberculture*, Paris 1997, s. 155.

2 P. Lévy, *Collective Intelligence: Mankind's Emerging World in Cyberspace*, Cambridge 1997, s. 20. Cyt. za: H. Jenkins, *Kultura konwergencji*, Warszawa 2006, s. 31.

3 Cyt. za, H. Jenkins, op. cit., s. 31.

4 Cyt. za, ibidem, s. 31.

mozolnie zdobywaną wiedzę. Nie bez przyczyny więc określona grupa informacji bywa niekiedy ukrywana i z wolna udostępniana, gdyż służy ona celom skierowanym, przewrotnie, wobec serwisu lub innym użytkownikom. Dlatego też, stan faktyczny zagadnienia wiedzy w Allegro, odpowiada nie tyleż w realnym stopniu, co tylko w potencjalnym, każdorazowym potrzebom społeczności nadkodowującej w niej obieg informacji.

Kłucze jako metafora działań użytkowników w strukturze hipertekstowej

Nawet jeśli się przyjmie, iż serwis próbuje nieustannie sprawować kontrolę nad działaniami użytkowników, uniemożliwiana jest ona w pełnym charakterze przez relacje odśrodkowe zawiązywane w ramach oddolnego modelu komunikacji. Utożsamia się je w ośrodku organizacyjnym z problematyką hipertekstu, tzn. „formą elektronicznego tekstu, nową technologią informacji i rodzaj publikacji”⁵. W definicji z *The Cyberlexicon* Boba Cottona i Richarda Oliver pełni on funkcję:

programu, który zapewnia wiele ścieżek poprzez tekst umożliwiając użytkownikowi podążenie za istniejącymi hiperlinkami, żeby połączyć wspólnie odnoszone przedmioty w tekście w nielinearny i przypadkowy sposób”⁶.

W odróżnieniu od specyfiki tekstu, opartej na lekturze w ruchu liniowym, koncepcja hipertekstu poszerza możliwość dwumiarowego w nim funkcjonowania do trzeciego wymiaru – głębokości. Oprócz faktu, że jest odmiennym rodzajem medium samym w sobie obsługującym zarówno HTML, jego host, jak i Net, porównuje się go także do tego, co Roland Barthes nazywał lexią, czyli „tekstem złożonym z bloków tekstu” powiązanych ze sobą przy pomocy elektronicznych połączeń⁷. W efekcie zmiany nośnika, „czytelnik” zajmuje wówczas w przestrzeni hipertekstowej dalece bardziej interaktywną rolę przy wchodzeniu w relację z przedmiotem czytany⁸. W tym typie linkowania stron działa się poprzez różne ścieżki, które albo są napisane przez autora sieci Web, albo są wybrane przez użytkownika. Innymi słowy, Allegrowicz przy „wchodzeniu” w tego rodzaju tekst, zagłębia się równocześnie w przestrzeń metatekstualną⁹. Wraz z hipermediami wzbogacającymi tekst o obrazy (zdjęcia, wideo, grafiki i etc.) oraz dźwięk, hipertekst należy do struktury szczególnie podatnej na działania oscylujące na granicy wnętrza i zewnątrz, skrytości i jawności. Taki też

5 Cyt. za, G. Ganachii, *Virtual Theatres: An Introduction*, London 2004, s. 15.

6 Cyt. za, B. Cotton, R. Olivier, *The Cyberlexicon*, London 1994.

7 Cyt. za, G. Landow, *Hypertext 3.0: critical theory and new media in an era of globalization*, Baltimore 2006, s. 3.

8 Cyt. za, G. Ganachii, op. cit., s.15.

9 Ibidem, s. 16.

charakter posiada kategoria „kłącza” autorstwa Gillesa Deleuzea i Felixa Guattari¹⁰, która wprawdzie nie odnosi się *ex definitione* do środowiska internetowego, gdzie określa się w oryginale zagadnienie tekstu w ramach konstruktów „książki”, lecz można ją uznać jako wersję proto - hipertekstu¹¹ i usiłować „zaaplikować” do analizy mediów stosownych dla rzeczywistości wirtualnej. Jak stwierdza George Landow, podobnie jak *Gra w Klasy* Cortazara, wykładnia *Mille Plateaux* została zaopatrzona w instrukcję lektury wedle określonych porządków, dzięki czemu - cytuje on Moulthrop'a - „książka - kłącze może być sama postrzegana jako inkunabuł hipertekstu,[...]”¹². Trudno jednak doszukiwać się analogicznych odwzorowań między strukturą hipertekstową, a tym, co „nie ma ani początku, ani końca, lecz zawsze środek (milieu), z którego wyrasta i z którego się wylewa”¹³, ponieważ mowa tu o czymś, co nie jest dane w określonych ramach, lecz stanowi próbnik kategorii wielości. Kolejną przeszkodą w utożsamianiu modelu rhizomy z przestrzenią internetową jest fakt, że w tej ostatniej korzysta się ze słów, obrazów, dźwięku i istnieją odgórne obostrzenia, tymczasem „kłącze” odnosi się do nieskrępowanej ograniczeniami struktury tekstowej. Jej istotę w postaci wielości i nieustannej zmienności potwierdza Wolfgang Welsch, mówiąc, iż:

Kłącze nie jest monadyczne, lecz nomadyczne: wciąż wytwarza niesystematyczne i nieoczekiwane różnice; nieustannie rozpada się i otwiera; bez przerwy zrywa ze sobą, porzuca i łączy; ciągle różnicuje i równocześnie syntetyzuje¹⁴

Wiąże się to z faktem, iż rhizoma posiada nie realny, lecz idealny charakter, albowiem „nie jest czymś realizującym się w czasie i przestrzeni, lecz może służyć jako ideał hipertekstu”¹⁵. Również stwierdza się, iż nie powinno się mówić w odniesieniu do danej rzeczy, iż posiada postać „kłącza”, lecz raczej, że zawiera jej cechy¹⁶. Dlatego też, konsekwentna i całkowita identyfikacja konceptu Deleuzea i Guattariego z jakimkolwiek wytworem kultury w sensie dosłownym wydaje się być skazana na niepowodzenie, mimo iż w charakterze metafory stanowi pomocne narzędzie. Pomimo więc jej abstrakcyjnych znamion, sądzę, że warto wesprzeć się tym konceptem, by zanalizować współczesne serwisy, takie jak Allegro, których struktura hipertekstowa pozwala balansować na granicy wnętrza i zewnątrz w zakresie

10 Mowa tu o takich osobach jak: Stuart Moulthrop (Baltimore), George P. Landow (Brown), Janet Murray (MIT) w Ameryce, jak też Ilany Snyder w Australii (Monash) oraz Pierre'a Lévy (Paris VIII) w Europie

11 Zob. S. Moulthrop, *Rhizome and Resistance: Hypertext and the Dreams of a New Culture*, w: *Hyper/Text/Theory*, pod red. George Landow, Baltimore 1994, s. 301.

12 Cyt. za, G. Landow, *Hipertekst a teoria krytyczna*, [w:] *Ekrany piśmienności. O przyjemności tekstu w epoce nowych mediów*, Warszawa 2008, s. 221.

13 Cyt. za, G. Deleuze, F. Guattari, *A Thousand Plateaus: Capitalism and Schizophrenia*, Minnesota 2004, s. 21.

14 Cyt. za, W. Welsch, *Nasza postmodernistyczna moderna*, Warszawa 1998, s. 195.

15 Cyt. za, G. Landow, op. cit., s. 226.

16 Por. M. Pisarski, *Kłącze - Deleuze i Guattari*,

<<http://www.techsty.art.pl/hipertekst/teoria/postmodernizm/klacze.htm>>, 10. 06. 2009.

działań społecznych Allegro. Stąd też, adekwatnie w „kłębowy sposób myślenia” wpisują się przede wszystkim oddolne strategie użytkowników, które oscylują między obwarowaniami serwisu a dążeniem ich do rozszerzenia możliwości wyjścia poza standardowy mechanizm kupna i sprzedaży przy jednoczesnym niwelowaniu terytorium pośrednictwa serwisu.

Książka - korzeń Allegro versus kłacze Allegrowiczów

W treści popularnej maksymy powtarzanej przez klientów serwisu: „na Allegro można sprzedać wszystko”, a więc można by również przyjąć, iż istnieje możliwość kupna niezliczonej ilości i jakości przedmiotów. Choć trzeba w tym przypadku przyjąć tę sentencję z dużą dozą dystansu i ironii, trafnie wskazuje ona relatywnie swobodny charakter struktury portalu z punktu widzenia jego użytkowników. Podobnie rzecz się ma z wykładnią Deleuzea i Guattariego z *Mille Plateaux* w specyfice działalności Allegro. Otóż jedną z przyczyn rozluźnienia ograniczeń w ramach systemu może być fakt, o którym wspominał Zygmunt Bauman, napominając, iż pojęcie struktury jest zastępowane w świecie ponowoczesnym kategorią sieci¹⁷. Deleuze i Guattari wyznaczają podobną diagnozę, podając nowy sposób myślenia oparty na krytyce klasycznego typu książki utożsamianego z korzeniem palowym. To porównanie oznacza zaś obraz świata ujęty w postaci drzewa. Z kolei symbolicznie pień owego drzewa stanowi metaforę zachodniego sposobu myślenia, oznaczając centrum, instancję Boga, lub też, jak w przypadku Allegro, regulamin. Odchodzą zaś od niego gałęzie, liście, które zorganizowane są wokół tego systemu. Świat ten powstał zgodnie z zasadami logiki binarnej, u podstaw której stoi podstawowa jedność – tożsamość tego samego. Znacznikiem tej zespolonej dychotomii jest naśladownictwo w stosunku do świata i sztuka jako obraz natury. Jak piszą autorzy *Mille Plateaux* „Prawo książki to prawo odbicia. Jedno, które staje się dwoma”¹⁸. W Allegro zasada ta odpowiada zamkniętemu wypełnianiu przez użytkowników procedur kupna i sprzedaży. W ten sposób można postrzegać zagadnienie automatyzacji wypełniania procedur w ramach funkcjonowania w portalu. Prawo książki w tej wizji świata zawiera się w naturze samej w sobie. Nawet sam umysł ustępuje w obliczu jej immanentnej specyfiki. Na gruncie serwisu Allegro oznacza to wyrzeczenie się przez użytkownika kreatywnego podejścia do kupna i sprzedaży i poprzestanie na niepełnych konstatacjach zawartych w regulaminie. Innymi słowy, wskazuje ono bierne, zautomatyzowane posłuszeństwo ustalonej normie, powtarzaniu tego samego, kosztem czynnego uczestniczenia w działaniach zbiorowej inteligencji Allegro. Drugą formą książki

17 Mowa tu o spotkaniu z Zygmuntem Baumanem w siedzibie Towarzystwa Przyjaciół Nauk, dnia 27.02.07r.
18 Cyt za, G. Deleuze, F. Guattari, *Kłacze*, w: „Colloquia Communia”, 1988, nr 1-3, s. 222.

jest korzeń wiązkowy. Charakteryzuje on częstokroć naszą współczesność. W miejsce korzenia palowego, który uległ zniszczeniu, wyłania się wiele równorzędnych sobie korzonków. Mimo iż *sensu stricto* korzeń główny w rzeczywistości naturalnej został zniesiony, zasada jedności zachowuje wciąż rację bytu, choćby tylko potencjalnie w postaci minionej lub przyszłej. Bez względu na to, czy jedność przedmiotu uległa zniszczeniu, dominuje ona równie trwale w podmiocie. Nie dochodzi w tej wykładni rzeczywiście do zerwania takich dualizmów jak komplementarność podmiotu i przedmiotu, rzeczywistości naturalnej i duchowej, gdyż ich rozdział *de facto* jest nieautentyczny. Pomimo tego, iż świat spotkał chaos, wizja książki pozostaje niezmiennie obrazem świata. W tym ujęciu użytkownicy portalu wprawdzie aktywnie biorą udział w różnego typu działaniach w systemie Allegro, jakkolwiek stanowczo i konsekwentnie przestrzegają narzuconej władzy portalu bez narażania się na ryzyko usunięcia z serwisu, kosztem zdobycia większych zysków. W postaci alternatywy dla powyższych koncepcji świata posłużyła autorom *Anty - Edypa* organizacja figury „kłącza”. Cechuje ją zerwanie z odbiciem myśli osiadłej i postrzeganiem świata w kategoriach mimetycznych. Rozejście to znamionuje się postawą opozycyjną wobec hierarchii, formy strukturalnej, czy też logiki binarnej. Cel, jaki przybiera, kieruje ją w stronę wielości pierwotnej, tzn. na polu Allegro w kierunku poszukiwania rzeczywistych możliwości funkcjonowania i korzystania z jego usług na swój sposób. Innymi słowy, książka – kłącze odznacza się tym, że stanowi „różnicowany system podziemnych pędów lub nadziemnych korzeni”¹⁹. Bynajmniej nie można jej mylić z tym, że to ona przyjmuje obraz świata, lecz należy stwierdzić, iż „tworzy [ona] kłącze wspólnie ze światem”²⁰. A więc odwrotnie rzecz się ma - świat staje się kłączem. Toteż pozbawiona punktów kulminacyjnych, tj. początku i końca, nieustannie odtwarza się, zachowując charakter otwartej całości. Stąd też, współtworzące ją elementy są równorzędne względem siebie i zajmują miejsce w samym środku. Pięć zasad charakteryzuje tę kolej rzeczy; zasada - łączności, heterogeniczności, wielości, nie - znaczącego zerwania i kartografii i przekalkulowania zarazem. W parze z zasadą łączności stoi nieodzownie norma heterogeniczności. Pierwsza z nich oznacza, iż dowolny punkt (plateau) kłącza może się połączyć z dowolnym innym, choć reguły tego połączenia nie są jednoznacznie określone. Druga zaś głosi, że kłącze składa się z porządków odmiennego rodzaju, które połączone są ze sobą za pomocą różnego typu kodowania: ogniw semiotycznych, biologicznych, politycznych, ekonomicznych, systemów różnych znaków i statusów stanów rzeczy”²¹. Z kolei zasada wielości rozwija i uogólnia dwie poprzednie, ponieważ cechuje się tym, że nie

19 Cyt. za, ibidem, s. 229.

20 Cyt. za, Małgorzata Jakubowska, *Teoria kina Gillesa Deleuzea*, Kraków 2003, s. 33.

21 Cyt. za, G. Deleuze, F. Guattari, op. cit., s. 223.

posiada „ustanowionej jednostki miary” oraz „nie ma przedmiotu, ani podmiotu, lecz tylko determinacje, wielości, wymiary”²². Tymczasem owa „ustanowiona jednostka miary” w modelu korzenia palowego i korzenia wiązkowego demaskuje ten system i zaświadcza o jego nieautentycznym charakterze. Natomiast zasada nie - znaczącego zerwania polega na tym, iż pomimo przerwania jej w dowolnym punkcie kontynuuje swe trwanie tą są linią co wcześniej, lub inną. Mimo, iż może ulec częściowemu zniszczeniu, nieustannie odtwarza się, rekonstruuje swoje terytorium. Wreszcie ostatnie dwie zasady zarazem - kartografii i przekalkulowania oznaczają, iż kłęczce „nie podlega żadnemu modelowi strukturalnemu czy generatywnemu”²³. Odcina się od odtwarzania poprzedniego stanu rzeczy, powrotu do struktury głębokiej, do tego samego, inaczej mówiąc - reprodukcji odbitki, na rzecz rozłożenia nowej mapy. Można tą ostatnią ponownie rozrysowywać, odwracać, rwać i przystosowywać do nowych warunków. Ma to na celu „przywrócenie równowagi relacji intersubiektywnych (przyp. autora – komunikacji intersubiektywnej), lub „wydobycie tego, co nieświadome, przycupnięte w ciemnych kątach pamięci i mowy” (przyp. autora – ujawnianie i korzystanie z nieoficjalnych możliwości w ramach serwisu). Chodzi tu bowiem o przekalkulowanie, ponowne rozważenie tego, co jest z góry dane w obrębie struktury hipertekstowej serwisu, aby odkryć to, co podskórnie ma miejsce – fakt istnienia nadkodu społecznego. W tym ujęciu, praktyki społeczne przybierają charakter działalności, która oscyluje między tym, co oficjalnie dane i wystawione na publiczny ogląd w zakresie kodu, a tym, co nieoficjalne i prywatne w komunikacji naddanej. Kwestia ta równa się ruchomemu przechodzeniu przez granice wewnętrzną i zewnętrzną i możliwości współistnienia jednostki, czy też grupy społecznej w obu porządkach zarazem.

Oddolne strategie nadkodowania społecznego

W tym miejscu naświetlę strategie Allegrowiczów wykraczające poza typowy charakter kodowania społecznego. W dużym stopniu opierają się one na działalności ekonomicznej na pograniczu obwarowań prawnych serwisu, wykorzystując psychologię społeczną, znajomość przepisów i praktycznego charakteru funkcjonowania Allegro, w tym przede wszystkim najważniejszych punktów umożliwiających zyskanie zaufania społecznego i bezpieczeństwa.

22 Cyt. za, ibidem, s. 224.

23 Cyt. za, ibidem, s. 227.

Wyczekiwanie

Tego rodzaju strategię stosuje się również jako narzędzie w bezpośrednim handlu. W Allegro pożytkuje się nią w dwóch przypadkach: na aukcjach oraz po sfinalizowaniu transakcji. W pierwszym z porządków sytuacja dochodzi do skutku, gdy oczekuje się lepszej możliwości kupna lub sprzedaży. Dany przedmiot wystawia się na aukcji, założmy, na okres 14 dni i pozostawia się go, aż cena albo nie osiągnie pułapu uprawniającego do sprzedaży, albo nie upłynie okres trwania licytacji. W tym wypadku korzyść z tej usługi uzyskuje wyłącznie sprzedawca, który może wyznaczyć niezwykle wysoki poziom ceny do sprzedaży lub ustawić termin upływu licytacji w bardzo odległej perspektywie. W drugim zaś kontekście chodzi o kwestię wystawiania komentarzy po ukończeniu danej transakcji. Jeśli bowiem obie strony są w pełni usatysfakcjonowane, kontrahenci wzajemnie przyznają sobie po komentarzu pozytywnym. Niemniej jednak, sprawa zaczyna się komplikować, jeśli jedna ze stron wyrządziła uchybienie drugiej podczas kupna lub sprzedaży, albowiem wtedy w zależności od stopnia tego błędu, przyznaje się komentarz neutralny lub negatywny. Faktem jest jednak, że najczęściej żadna ze stron nie skłania się do przyznania negatywnej oceny, gdyż to może się wiązać w rewanżu z niezasłużoną oceną jego usługi. Stąd też, w sytuacjach niejasnych oczekuje się niekiedy do limitu 30 dni od czasu upływu przeprowadzonej transakcji, jakie są dozwolone, aby wystawić dany komentarz. Ten bowiem, kto pierwszy oceni jakość usługi kontrahenta naraża się zawsze na możliwość otrzymania gorszego pod względem jakości komentarza, na który już nie może odpowiedzieć. Dlatego nawet, jeśli dany kontrahent zasługuje na przyznanie mu negatywnego komentarza za wadę w przeprowadzonej usłudze, wielu użytkowników boi się stawiać inną ocenę niż pozytywną w obawie przed niezasłużonym rewanżem z drugiej strony transakcji. Stąd mała ilość użytkowników w portalu otrzymuje negatywne komentarze, gdyż fakt posiadania ujemnie ocenionych transakcji, wiąże się przy zawieraniu jej ze strony kontrahenta z podjęciem większego ryzyka handlowego i tym samym narażenia własnego dorobku społecznego na nieprawdziwe osądzenie.

Pasożytowanie

Niejednokrotnie w zakresie prezentacji produktów użytkownicy mają względem siebie wiele pretensji w związku z przechwytywaniem określonych pomysłów lub materialną kradzieżą, dajmy na to, fotografii cudzych produktów. Pomimo, iż istnieją przepisy dotyczące praw autorskich, które teoretycznie trzeba zrozumieć i zaakceptować przy logowaniu w

serwisie, mała ilość osób w praktyce kiedykolwiek z nimi się zetknęło, lub wyłącznie wrywkowo zapoznało się z potrzebną im w danym momencie kwestią. Spora liczba użytkowników pożytkuje się indywidualnymi konceptami prezentacji towarów nie znajdując wsparcia w tendencyjnych i jednolitych typach, czy też szablonach proponowanych przez portal. Większość osób, które podbierają zdjęcia, jest w pewnym stopniu świadoma, iż w przypadku odkrycia ich występku nie ryzykują wiele poza tym, że będą musieli je usunąć ze swojej witryny. Bywa jednak, iż pomimo oskarżeń osoby poszkodowanej, serwis nie reaguje, lub ewentualnie nadaremno przesyła numer IP osobie pozwanej z oskarżeniem osoby pozywającej, czym pozwala na funkcjonowanie i utrwalenie danego procederu. W innych zaś przypadkach, gdy użytkownicy podpisują własne produkty przy użyciu oryginalnych nazw produktów, poprzedzając je mianem *à la, podobne do, takie jak*, serwis Allegro blokuje taką aukcję, ponieważ powoduje one dezorientację użytkowników przy wyszukiwaniu określonych marek. Natomiast w sytuacjach, gdy pewne typy prezentacji produktów są rekonstruowane przez innych użytkowników lub stanowią wyłącznie inspirację do nowych rozwiązań w ramach wspólnoty „zbiorowej inteligencji”, nie bazuje się wówczas na tych samych wzorcach, lecz następuje wówczas dyfuzja pomysłów, ruch różnic i zmian, co pozwala serwisowi przejść wówczas konstruktywną odnowę.

Zajęcie „niszy”

Często się zdarza, iż użytkownicy postanawiają zaniechać z rywalizowania na wielu obszarach rynku Allegro i z możliwości czerpania z nich zysków, kosztem specjalizacji i wyrabiania sobie opinii dobrego sprzedawcy w danej materii. Choć w ten sposób redukuje się poszczególne pola manewru, zyskuje się pewność i stabilność ekonomiczną, dzięki czemu można przeprowadzać kosztowne inwestycje i podwyższać ceny swoich produktów. Pomimo, iż strategia ta opiera się na osiadłym typem budowania marki, ryzyku opartym na częściowej redukcji, a także pozornej zgodności z centralnymi zarządzeniami polityki serwisu, punkt ciężkości w istocie pada na rozwijanie własnego wizerunku, tj. dążeniu do statusu *super – sprzedawcy*, na drodze poszerzania koneksji i umiejętności w danej materii, statycznym podtrzymywaniu rynków zbytu i tworzeniu wspólnoty interesów z innymi użytkownikami.

Przyjęcie konwencji „realizmu”

Wśród ogromnej ilości podobnych produktów o jednakowej cenie, gdzie zważają elementarne kwestie przy wyborze akurat danej oferty, istotną rolę odgrywa oryginalność

formy jej prezentacji. Istnieje bowiem grupa osób, którzy stylizują swoje produkty akcentując aspekt realizmu, a co za tym idzie prawdziwego charakteru proponowanego produktu. Szczególnie często sprawa ta nabiera znaczenia w przypadku określonego typu zdjęć, zwanych *Real Photo*. Na tego typu fotografii dany produkt ukazany jest najczęściej w naturalnym kontekście (na zwyczajnym tle, w użyciu). Pomimo, iż przybiera ona quasi - amatorski charakter, wyróżnia się profesjonalny sposób jej kadrowania i oświetlenia, co potwierdza celowe posłużenie się danym zabiegiem. Owa strategia posiada tak wysoki stopień oddziaływania, ponieważ wzmaga poczucie prawdziwego obrazu danej rzeczy przy wirtualnym charakterze proponowanych usług. Dzięki takiej formie prezentacji zdjęć daje się iluzoryczne wrażenie o jego użytkowaniu w naturalnym kontekście, w sytuacji, gdy dokonuje się transakcji po raz pierwszy przez internet, albo wręcz przeciwnie – gdy oczekuje się powrotu do codziennej reprezentacji a fikcja jawi się wszechobecna i tym samym nieefektywna. W tego typu przypadkach wreszcie, sprzedawca może liczyć przede wszystkim na większy kredyt zaufania ze strony kontrahenta, gdyż nawet, jeśli powszechnie wiadomo, iż jest to konwencja jak każda inna, nosi ona przynajmniej znamiona przekonującego autentyzmu.

Alians Strategiczny

„Drzewo jest filiacją, ale kłocze jest aliansem”²⁴

Istotnym sposobem uczestnictwa użytkowników w Allegro jest rodzaj współpracy ufundowany na założeniu sprzymierzania sił na zasadach partnerstwa, w celu zyskania bardziej wszechstronnej pozycji do dokonania kupna lub sprzedaży. W takiej sytuacji następują co najmniej dwa rodzaje takiego porozumienia: ze szkodą dla innych użytkowników i ze szkodą dla charakteru pośredniczącego portalu. Pierwsza z nich występuje w sytuacjach, gdy dany użytkownik usiłuje podwyższyć swoją renomę poprzez wykonywanie przez niego sztucznych transakcji za małą kwotę z zaprzyjaźnionym kontrahentem lub kontrahentami. Tym samym, zarówno rośnie ilość przeprowadzonych przez niego transakcji i zyskuje się pozytywne komentarze świadczące o jakości jego usługi. Niemniej jednak, ten rodzaj działalności nie odzwierciedla rzeczywistego stanu jego oferty, gdyż stanowi ono największe wykroczenie z punktu widzenia serwisu, mianowicie oszustwo gospodarcze. Strategia ta przeważnie zostaje wykorzystywana w pierwszym okresie wchodzenia użytkownika z produktami na rynek, ponieważ nowy klient serwisu nie posiada wówczas

24 Cyt. za, G. Deleuze, F. Guattari, *A Thousand Plateaus: Capitalism and Schizophrenia*, op. cit., s. 27.

odpowiedniego doświadczenia w formie ilości przeprowadzonych transakcji i jakości przyznanych komentarzy. Druga z kolei wykorzystuje możliwości dane przez portal całkowicie zgodnie z zasadami społecznego porozumienia i z prawem. Chodzi bowiem o zwyczaj sprzedaży niepotrzebnych przedmiotów przez jedną stronę, stronie drugiej za cenę jednego złotego. W ten sposób niweluje się prowizję dla serwisu do dwudziestu dwóch groszy, odnosząc jednoczesny zysk z obydwóch stron transakcji w postaci, z jednej strony, usunięcia zbędnego produktu bez konieczności pozbywania się go na własny koszt, z drugiej zaś, zakupu go przy minimalnej utracie funduszy. W ten sposób skutecznie przeprowadza się recykling przedmiotów materialnych drogą internetową.

Użytkownik jako kłacze

„...Być rizomatycznym, to wytwarzać pędy i włókienka, które sprawiają wrażenie korzeni, albo jeszcze lepiej połączyć się z nimi, wnikając w pień, ryzykując nawet...”²⁵.

Wyżej wymienione rozdziały zbiegają się w kuriozalnym założeniu, iż niemal każdy użytkownik może posiadać cechy rizomatyczne. Albowiem z jednej strony posiada swój oficjalny status i dokonuje transakcji jako osoba publiczna, a z drugiej prowadzi strategię zmierzającą do rozwijania własnej wiedzy i patentu na funkcjonowanie w serwisie za kulisami dyscyplinowania społecznego. Inaczej mówiąc, to, co zewnętrzne i jawne może przenikać się i współwystępować z tym, co wewnętrzne i ukryte w tym serwisie. Niemniej jednak, w kontekście Allegro jedynie to, co znajduje się w ramach nieoficjalnego kanału komunikacji może przybierać postać kreatywną, natomiast to, co naznaczone ryzykiem może przysporzyć znaczących rezultatów społecznych i dochodowych. Stąd oddolne strategię użytkowników, które łączą się we wspólnoty wiedzy, tzw. „zbiorową inteligencję”, mogą przynosić rzeczywiste zyski nie tylko z tytułu kupna i sprzedaży, ale przede wszystkim z powodu wzajemnej współpracy. Komunikacja w tym kontekście opiera się zatem na kodzie oficjalnym, który koniecznie współlistnieje z porozumieniem ufundowanym na odśrodkowym nadkodzie społecznym. Przekornie można by rzec, iż właśnie ten ostatni buduje odpowiednią podstawę dla rozwoju środowiska Allegro i ustanawia w praktyce zasady najczęściej przestrzegane podczas działania komunikacyjnego w serwisie.

25 Cyt. za, G. Deleuze, F. Guattari, *Kłacze*, op. cit., s. 229.

Bibliografia:

1. B. Cotton, R. Olivier, *The Cyberlexicon*, London 1994.
2. G. Deleuze, F. Guattari, *Kłacze*, w: „Colloquia Communia”, 1988, nr 1-3.
3. G. Deleuze, F. Guattari, *A Thousand Plateaus: Capitalism and Schizophrenia*, Minnesota 2004.
4. G. Ganachii, *Virtual Theatres: An Introduction*, London 2004.
5. H. Jenkins, *Kultura Konwergencji. Zderzenie starych i nowych mediów*, Warszawa 2006.
6. M. Jakubowska, *Teoria kina Gillesa Deleuzea*, Kraków 2003.
7. G. Landow, *Hipertekst a teoria krytyczna*, w: *Ekrany piśmienności. O przyjemności tekstu w epoce nowych mediów*, pod red. Andrzeja Gwóźdź, Warszawa 2008.
8. G. Landow, *Hypertext 3.0: critical theory and new media in an era of globalization*, Baltimore 2006.
9. P. Lévy, *Cyberculture*, Paris 1997.
10. S. Molthrop, *Rhizome and Resistance: Hypertext and the Dreams of a New Culture*, w: *Hyper/Text/Theory*, pod red. George Landow, Baltimore 1994.
11. M. Pisarski, *Kłacze - Deleuze i Gauttari*,
<<http://www.techsty.art.pl/hipertekst/teoria/postmodernizm/klacze.htm>>, 10.06. 2009
12. M. Pisarski, *Kłacze - Deleuze i Gauttari: podsumowanie*,
<<http://www.techsty.art.pl/hipertekst/teoria/postmodernizm/klacze.htm>>, 10.06. 2009
13. W. Welsch, *Nasza postmodernistyczna moderna*, Warszawa 1998.