

7

Fóra, wiki a vaše cílová skupina

Jak miliony lidí používají web k detailnímu vyhledávání určitých produktů a služeb, k zapojení se do politických kampaní, připojení se do hudebního nebo filmového fanklubu nebo k diskusím o zálibách a koníčcích, shromažďují se na nejrůznějších druzích online míst. Technologie mají různé názvy, ale všechny obsahují možnosti, jak mohou lidé vyjádřit svůj názor online: chatové místnosti, diskusní fóra (message boards, místa, kde se lidé setkávají online a diskutují různá témata), e-mailové konference (list serves¹, podobné chatovým místnostem, ale zprávy se odesílají e-mailem členům, kteří se zaregistrovali), wiki (webová stránka s informacemi, které může kdokoliv aktualizovat) a blogy, které mají aktivní komunitu lidí, poskytujících komentáře k blogovým zápiskům, napsaným autorem blogu. Na specializovaných stránkách všech druhů se setkávají a diskutují stejně smýšlející nadšenci, profesionálové, fanoušci a příznivci o rozličných podrobnostech témat, která je zajímají.

Interaktivní fóra jako tato byla kdysi považována PR a marketingovými pracovníky za nevýznamné stojaté vody – nemělo cenu je ani monitorovat, natož se jich účastnit. Slyšel jsem mnoho marketérů zavrhnout online fóra s pohrdáním, když říkali: „Proč bych se měl starat o partu šašků, kteří posedle píšou po nocích?“ Nicméně, jak se mnoho marketérů poučilo, ignorování fór může

¹ pozn.: listservery, programové vybavení používané pro správu elektronických konferencí. Zajišťuje především automatickou distribuci pošty mezi účastníky elektronických konferencí, více na http://vydavatelstvi.vscht.cz/knihy/uid_es-005/hesla/listserv.html

být pro vaše jméno riskantní, zatímco zúčastnit se jich jako aktivní člen přináší plody.

31. října 2005 Mark Russinovich v zápisku na svém blogu nazvaném „Rootkits Sony a Digital Rights Management (DRM)² zašly příliš daleko“ upřesnil analýzu, kterou prováděl na charakteristikách softwaru, používaného na hudebních CD společnosti Sony BMG³, pro kontrolu práv k nakoupené hudbě. Russinovich argumentoval, že nedostatky v architektuře softwaru vytvářejí bezpečnostní problémy, které mohou být zneužity zákeřnými programy, jako jsou viry a červi. Poukázal také na to, že jak způsob, kterým je software instalován, tak i nedostatek odinstalčních utilit, jsou problémové.

„Celá tato zkušenost byla frustrující a iritující,“ napsal Russinovich na svém blogu. „Nejen že společnost Sony umístila do mého systému software, který využívá techniky obecně užívané malwarem (malicious software, zákeřný software) k maskování jeho přítomnosti, ten software je taky mizerně napsaný a neposkytuje žádné prostředky k odinstalování. A co je ještě horší, většina uživatelů, kteří narazí na skryté soubory RKR skenem, si poškodí počítač, když se pokusí vymazat tyto skryté soubory. I když věřím v právo mediálního průmyslu používat ochranné mechanismy, které zamezí nelegálnímu kopírování, myslím, že jsme dosud nenašli tu správnou rovnováhu mezi poctivým užíváním a ochranou proti kopiím. Toto je jasný případ, kde Sony zašla při řízení digitálních práv daleko.“

Reakce na Russinovichův zápisek byla okamžitá a dramatická. V několika příštích dnech byly na jeho blogu umístěny stovky komentářů, mnoho z nich ostře kritizovalo Sony BMG Music. „Děkuji mockrát, že jste vynesli na světlo, co Sony dělá. V průběhu let jsem koupil jejich produkty za tisíce dolarů. Příští rok bude moje útrata nulová,“ řekl User101. „ŘÍKÁM, BOJKOTUJTE TYHLE BASTARDY!!“ napsal Jack3617. „Jestli zamýšlíte bojkot, dejte to vědět společnosti, kterou zavrhuje. Potřebují vědět, že ztrácí zákazníky a PROČ je ztrácí. Možná tuto zprávu zachytí i ostatní společnosti,“ napsal Kolby. „Skvělý článek od Marka a skandální chování Sony,“ přidal Peter Lindgren.

Stovky jiných bloggerů se přidali se svým vlastním názorem na věc, chatové místnosti a fóra jako Slashdot⁴ praskaly ve švech. Mnoho lidí vyjadřovalo rozhořčení nad tím, že hudební průmysl odsuzuje pirátství a žaluje stahovače

2 <http://www.sysinternals.com/blog/2005/10/sony-rootkits-and-digital-rights.html>

3 <http://www.sonybm.com/>

4 <http://it.slashdot.org/article.pl?sid=05/10/31/2016223&tid=172&tid=158>

hudby, a na druhé straně se špatně chová ke svým zákazníkům (což se negativně projevilo v celém průmyslu, nejen u Sony BMG). Brzy nato reportéři z online zpravodajských stránek, jako ZDNet nebo Information Week, napsali své vlastní analýzy a problém nabyl mezinárodních rozměrů.

A kde byla společnost Sony během online povyku? Ne na blozích, ani na message boardech. Nikdo ze Sony BMG se neúčastnil online diskusí. Nikdo nemluvil s online médii. Společnost Sony BMG byla uzavřena (vůbec se nezapojovala do diskuse komunit), což ještě přispělo k rozhořčení těch, kteří se zabývali touto problematikou. Nakonec šel 4. listopadu 2005 Thomas Hesse, prezident pro celosvětový digitální obchod, do Morning Edition rádia NPR⁵ bránit společnost. Výběr NPR rádia, jako fóra k reakci na příval protestů na webu, byl špatný. Kdyby Hesle okamžitě komentoval na Russinovichově blogu nebo svolil k diskusi s technickými reportéry pro online publikace, mohl by dostat svůj názor na obrazovky zainteresovaných lidí již v počátku krize a mohl tak přispět k rozptýlení hněvu. Ale namísto porozumění starostem zákazníků Hesse v Morning Edition tento problém spíše zlehčoval, když se ohradil proti termínům jako malware, spyware a rootkit. „Většina lidí, myslím, ani neví, co rootkit je, takže proč by se o to měli starat?“ řekl v interview.

Online debata zesílila. 18. listopadu 2005 Sony BMG reagovala oznámením o výměnném programu.⁶ „Naším váženým zákazníkům,“ znělo toto prohlášení, „asi jste si vědomi nedávné pozornosti, věnované softwaru pro XCP ochranu obsahu, který se nachází na některých CD od Sony BMG. Tento software nám byl poskytnut třetí stranou – First4Internet. Diskuse se soustředily na bezpečnostní otázky, které vyvstaly při používání CD, která obsahovala tento software. Sdílíme obavy spotřebitelů ohledně těchto disků a zřizujeme zásilkový program, který umožní spotřebitelům vyměnit jakékoliv CD s XCP softwarem za stejné CD bez ochrany proti kopiím a získávání MP3 souborů z toho samého titulu ...“

Bohužel výměnný program problém Sony BMG neukončil. 21. 11. 2005 generální prokurátor Texasu Greg Abbott zažaloval Sony BMG podle státního zákona o spyware z roku 2005. Přidala se Kalifornie a New York a podaly hromadnou žalobu. Brzy poté, student práv Mark Lyon, spustil blog, aby sledoval soudní spory ohledně rootkitu Sony BMG.

5 <http://www.npr.org/templates/story/story.php?storyId=4989260>

6 <http://blog.sonymusic.com/sonybm/archives/111505.html>

„Důvěřoval jsem Sony BMG, když požádali o nainstalování 'malého programu' do mého počítače,“ napsal Lyon na svém blogu. „Místo toho nakazili můj počítač mizerně napsaným kódem, který, i když nebyl navržen k zákeřnému účelu, (jako zaznamenávání mých činností – něco, co výslovně slíbili, že nebudou dělat) mě odkryl množství počítačových virů a bezpečnostních problémů. Tato stránka existuje proto, aby pomohla i ostatním, kteří byli poškozeni činností Sony BMG a jejich XCP ochranou obsahu.“ V době psaní této knihy, se Sony BMG dohodla se čtyřiceti státy a Lyon pokračoval v referování o všech akcích na svém blogu Sony Suit.

Samozřejmě, nikdy se nedozvíme, co by se stalo, kdyby někdo ze Sony BMG rychle skočil do blogové smršťe, omluvil se, předložil akční plán Sony a nabídl okamžitě výměnný program. Ano, jsem si jist, že by to pro hudebního vydavatele stále byla krizová situace, ale jsem si také jistý, že negativní efekt by byl značně snížen.

Tím důležitým, co by si měly všechny organizace z této události odnést, je, že zásadní by mělo být rychle reagovat na situace a na to, jak se na webu vyvíjejí. Je nezbytné rychle a čestně reagovat v těch samých fórech, kde se odehrávají diskuse. Nemusí se vám úplně podařit zvrátit negativní situaci, ale okamžitě budete vnímáni jako reálná osoba, která dává jméno a tvář velké, zdánlivě bezcitné organizaci. Jen tím, že se zúčastníte, přispějete ke zlepšení situace. Síla webu spojovat by měla zajistit, že účastníci, kteří uvidí vaše zápisky na jednom fóru nebo blogu, na ně budou odkazovat z ostatních fór a blogů, takže se nemusíte starat o přispívání na více míst. Co je důležité, je jít do toho rychle, a hlavně – pamatujte, že věrohodnost a čestnost jsou vždy prvořadé.

Vaši nejlepší zákazníci se účastní online fór – vy byste měli také!

Na webu mohou zákazníci, akcionáři a média okamžitě vidět, co mají lidé na mysli. Nikdy neexistovala tak dobrá příležitost monitorování toho, co se říká o vás a o vašich produktech, jako ta, kterou máme teď. Internet je jako obrovská sledovaná skupina zákazníků bez zábran: nabízejí zde své myšlenky a názory zcela zdarma! Využití tohoto zdroje je jednoduché: musíte sledovat, co se říká. A když je organizace předmětem horkých diskusí, zejména těch negativních,