ΦΑΑ: Φόβος, Αβεβαιότητα και Αμφιβολία (FUD: Fear, Uncertainty and Doubt) – Μια Στρατηγική Μάρκετινγκ στη Βιομηχανία Υπολογιστών

Δημήτρης Αγγελάκος
Έρευνα για λογαριασμό του Πανεπιστημίου του Aberdeen, 2002
Μετάφραση και επιμέλεια στα Ελληνικά: Κώστας Μπουκουβάλας, Δημήτρης Αγγελάκος

Τις τελευταίες δυο δεκαετίες έχει πραγματοποιηθεί τεράστια μεγέθυνση της αγοράς των ηλεκτρονικών υπολογιστών, με τη βάση καταναλωτών να διευρύνεται περιλαμβάνοντας χρήστες από τα πεδία της εκπαίδευσης, της οικονομίας, της πολιτικής αλλά και οικιακούς χρήστες. Αυτό είναι αναμενόμενο να έχει ως αποτέλεσμα τη δημιουργία ανταγωνισμού ανάμεσα στις επιχειρήσεις που παρέχουν υλικό, λογισμικό και υπηρεσίες στην βιομηχανία. Παρ' όλα αυτά φαίνεται πως η σημερινή αγορά κυριαρχείται από λίγες τέτοιες εταιρίες και επίσης, σε κάποιους τομείς περισσότερο από άλλους, υπάρχουν ισχυρές ενδείξεις δημιουργίας μονοπωλίων.

Αυτή η εργασία σκοπεύει να εξετάσει τους παράγοντες που συνέβαλαν στην δημιουργία και τη συντήρηση των μονοπωλίων στη βιομηχανία υπολογιστών. Ένας τέτοιος παράγοντας είναι η περιβόητη στρατηγική, που χρησιμοποιείται σαν εργαλείο μάρκετινγκ από πολλούς οργανισμούς, συμπεριλαμβανομένων ηγετικών εταιρειών της αγοράς, γνωστή ως ΦΑΑ (FUD). Τα αρχικά σημαίνουν “Φόβος, Αβεβαιότητα και Αμφιβολία”, ένας όρος που χρησιμοποιήθηκε για πρώτη φορά από τον Gene Amdahl, έναν πρωτοπόρο των υπολογιστών, στα μέσα της δεκαετίας του εβδομήντα. Ο Amdahl άφησε μια υψηλή τεχνική θέση στην IBM για να δημιουργήσει μια δική του εταιρία και χρησιμοποίησε τον όρο για να περιγράψει την επιθετική στρατηγική μάρκετινγκ που χρησιμοποιούσε η IBM για να αποτρέψει το κοινό από το να αγοράσει τα προϊόντα της Amdahl Corporation. Με δικά του λόγια, “ΦΑΑ είναι ο φόβος, η αβεβαιότητα και η αμφιβολία που οι πωλητές της IBM εμφυσούν στα μυαλά των πιθανών πελατών που πιθανώς αναλογίζονται την αγορά προϊόντων [της Amdahl.]”

Η κύρια ιδέα πίσω από αυτή την τακτική είναι να δοθεί έμφαση στο ότι η IBM, καθώς είναι η ηγέτιδα της αγοράς, είναι η πιο ασφαλής επιλογή από άποψη ποιότητας, αξιοπιστίας και υποστήριξης. Αυτό φυσικά φαίνεται λογικό, αλλά δεν είναι πάντα αληθές. Ένα καλό παράδειγμα για την επίδειξη αυτού του γεγονότος είναι οτι ο Amdahl άρχισε να κατασκευάζει μικρότερους και γρηγορότερους υπολογιστές, οι οποίοι ήταν συμβατοί με αυτούς της IBM. Η εταιρία του τους πουλούσε σε χαμηλότερες τιμές από αυτούς της IBM, πράγμα που ήρθε ως αναπάντεχη απειλή στην IBM, η οποία είχε αδιαμφισβήτητο έλεγχο της αγοράς κεντρικών υπολογιστών (mainframe) το 1975. Έχοντας κατώτερα και ακριβότερα προϊόντα, ήταν θέμα χρόνου έως αυτή να καταφύγει σε τακτικές ΦΑΑ ώστε να προστατεύσει το μονοπώλιό της. Ένα γνωστό σλόγκαν από τη δεκαετία του εβδομήντα που δείχνει αυτό αρκετά καθαρά είναι το “Κανείς δεν απολύθηκε ποτέ αγοράζοντας IBM (Nobody ever got fired for buying IBM)”. Επομένως, το μήνυμα είναι πως αφού όλοι αγοράζουν IBM, η στροφή προς κάποια άλλη εταιρία σίγουρα θα είναι ανασφαλής ή παράλογη. Επομένως, μπορούμε να συμπεράνουμε οτι το ΦΑΑ έχει να κάνει με την προβολή κατώτερων ή και υπερτιμολογημένων προϊόντων με το να γεννά υποψίες για το προϊόν του ανταγωνισμού.

Για να συνεχίσουμε με την ιστορία της Amdahl Corporation, το 1976 όλα δείχναν ότι θα μπορούσε να κατακτήσει ένα μεγάλο μερίδιο της αγοράς κεντρικών υπολογιστών και επίσης πωλούσε συστήματα που περιείχαν τον επεξεργαστή V-6, ο οποίος ήταν πολύ πιο γρήγορος από τον αντίστοιχο της IBM. Ωστόσο, το 1977 η IBM επέτεινε την καμπάνια μάρκετινγκ της παρουσιάζοντας μια νεα μορφή ΦΑΑ: την εξαγγελία προϊόντων που δεν έχουν ακόμη παραχθεί τα οποία θα είναι καλύτερα από αυτά που ο ανταγωνιστής έχει να προσφέρει τώρα. Αυτό ονομάζεται “ατμώδες προϊόν (vapourware)” γιατί δεν υπάρχει κάποια ένδειξη ύπαρξης αυτού του προϊόντος παρά μόνο η ανακοίνωση της εταιρίας. Σε

συνδυασμό με τις καθιερωμένες τακτικές ΦΑΑ, βοηθά στη “μείωση της ορμής” του ανταγωνιστικού προϊόντος επειδή το προϊόν που εξαγγέλεται έχει ένα διπλό πλεονέκτημα: Ότι είναι η “ασφαλής” επιλογή, αφού παράγεται από τους δημιουργούς της ΦΑΑ, καθώς και ότι παρουσιάζεται ως “καλύτερη”. Προφανώς δεν μπορούν να παρουσιαστούν αποτελέσματα σύγκρισης μεταξύ αυτού του προϊόντος και αυτού του ανταγωνιστή, καθώς το προϊόν δεν υπάρχει ακόμα. Είναι ακριβώς αυτή η λεπτομέρεια που προτρέπει πολλούς ανθρώπους να θεωρήσουν αυτή την τακτική ως ανήθικη. Εν τούτοις, η στρατηγική της IBM αποδείχτηκε επιτυχής, καθώς όταν ο προαναγγελθείς επεξεργαστής (ο 3033) βγήκε το 1978, πολύ αργότερα από όταν είχε ανακοινωθεί, ήταν στην πραγματικότητα κατώτερος από τον V-6 της Amdahl αλλά και πάλι κατάφερε να τον ξεπεράσει σε πωλήσεις.

Περνώντας στη δεκαετία του ογδόντα, βλέπουμε την IBM να συνεχίζει να πουλά κατώτερο και ακριβότερο υλικό, βρίσκοντας μια νεα αγορά στους οικιακούς υπολογιστές. Αυτή η “εσοχή” της αγοράς είχε επεκταθεί μέχρι τότε στην τάξη των πολλών χιλιάδων χρηστών και είχε αρκετά προηγμένη τεχνολογία να προσφέρει, με τους επεξεργαστές 16-bit, και σχετικά καλή ποιότητα ήχου και εικόνας. Εκείνη την περίοδο η IBM ήταν η μεγαλύτερη (άρα και “η πιο ασφαλής επιλογή”, σε όρους ΦΑΑ) εταιρία στην βιομηχανία, αλλά δεν είχε εμπειρία στους οικιακούς υπολογιστές. Εκπληκτικά, πέρασε από το να προσφέρει ένα ακριβό και αυστηρά βασικό σύστημα που δεν μπορούσε να συναγωνιστεί τους άλλους οικιακούς υπολογιστές σε όρους της τεχνολογίας που προσέφερε (IBM PC), στο να έχει εξαλείψει ουσιαστικά οποιονδήποτε άλλο ανταγωνισμό μέχρι τα μέσα της δεκαετίας του ογδόντα.

Ο Irwin (1998) δίνει έμφαση στη “δύναμη του ΦΑΑ” στο να κατορθώνει να επηρεάζει σε μεγάλο βαθμό την κοινή γνώμη σε ορισμένα ζητήματα. Μια από τις πιο προφανείς υποθέσεις κυκλοφορίας αβάσιμων φημών σε αυτή την περίοδο έχει να κάνει με τα συμβατά με IBM PC μηχανήματα της Amstrad. Έχοντας μια νέα σχεδιαστική φιλοσοφία, η Amstrad αποφάσισε να αλλάξει το PC απλοποιώντας το σχεδιασμό του. Τα νέα μοντέλα είχαν το βολικό αποτέλεσμα του να μειωθεί η κατανάλωση ισχύος του υπολογιστή. Ως αποτέλεσμα αυτού, κατάφεραν να αφαιρέσουν την παροχή ισχύος από την κεντρική μονάδα και να τροφοδοτήσουν το PC με ρεύμα από την οθόνη. Αυτό εξαφάνισε την ανάγκη του να υπάρχει ανεμιστήρας ψύξης στην κεντρική μονάδα και επομένως έκανε τους Amstrad πιο αθόρυβους από όλα τα άλλα PC και τους κλώνους τους. Επειδή η Amstrad έτυχε και να κατασκευάζει τους πιο φτηνούς υπολογιστές στην αγορά, ήταν απλά θέμα χρόνου μέχρι να αρχίσει το ΦΑΑ κατά της Amstrad. Κατά συνέπεια, αβάσιμες φήμες όπως το οτι οι Amstrad συχνά υπερθερμαίνονταν και δυσλειτουργούσαν λόγω της έλλειψης ανεμιστήρα ψύξης, ανάγκασαν την Amstrad να εγκαταστήσει (άχρηστους) ανεμιστήρες ψύξης στα μηχανήματα της, παρ'όλο που εκεί δεν υπήρχε τροφοδοτικό. Αντικειμενικά, κάποιοι χρήστες αντελήφθησαν αυτή την ιδιορρυθμία του συστήματος και αποσυνέδεσαν τους νέους ανεμιστήρες, έτσι ώστε να κάνουν τους υπολογιστές τους εξίσου αθόρυβους με τους παλιούς Amstrad. Η όλη υπόθεση απεικονίζει πόσο ισχυρές είναι οι τακτικές ΦΑΑ, αφού ανάγκασαν την Amstrad να εγκαταλείψει ένα από τα πλεονεκτήματα της έναντι της υπόλοιπης αγοράς (λιγότερος θόρυβος) απλά και μόνο για να μετριάσει την εντύπωση της αναξιοπιστίας με την οποία είχε σπιλωθεί.

Μια άλλη προσπάθεια ΦΑΑ που μπορεί να είναι πιο αξιομνημόνευτη και να είχε μεγαλύτερη ιστορική σημασία στην εξέλιξη του σημερινού status quo στην αγορά πληροφορικής, έλαβε μέρος κατά τη διάρκεια του “πολέμου” μεταξύ του DR-DOS και του MS-DOS. Η Digital Research προσέφερε την δικιά της έκδοση του (τότε προτύπου για το PC) Disk Operating System με πολλές πρόσθετες και περιζήτητες λειτουργίες, σε σχέση με το αντίστοιχο προϊόν της Microsoft (MS-DOS). Επίσης έτυχε να είναι πιο οικονομικά προσιτό προιόν, γεγονός που παρακίνησε την πρώτη καμπάνια ΦΑΑ της Microsoft. Μέρη αυτής της καμπάνιας φανερώνωνταν σε λεπτά αλλά ευφυή σημεία, όπως μηνύματα λάθους που εμφανίζονταν όταν κάποιος προσπαθούσε να εγκαταστήσει τα Windows της Microsoft (το οποίο ήταν τότε ένα γραφικό κέλυφος, παρά ενα λειτουργικό σύστημα)

πάνω από το DR-DOS. Αυτά τα μηνύματα προειδοποιούσαν για πιθανές ασυμβατότητες μεταξύ των δύο, κάτι για το οποίο δεν υπήρχε καμία απόδειξη. Επίσης εφαρμόστηκαν τακτικές vapourware όταν η Microsoft ανήγγειλε τη μελλοντική έκδοση 6 του MS-DOS, η οποία υποσχόταν να παρέχει περισσότερες λειτουργίες και μεγαλύτερη σταθερότητα από αυτήν του DR-DOS. Παρ' όλα αυτά η συγκεκριμένη έκδοση προσέφερε ακριβώς τις ίδιες λειτουργίες με την ανταγωνιστική έκδοση του DR-DOS και μάλιστα πολύ αργότερα.

Αργότερα, η Microsoft ανέτρεψε την κατάσταση και χρησιμοποίησε ΦΑΑ εναντίον του μεγαλύτερου υπέρμαχού της μέχρι τότε, της ίδιας της IBM. Ένα καλό παράδειγμα αυτής της επίθεσης είναι ο ισχυρισμός πως το λειτουργικό σύστημα OS/2 της IBM δε θα έτρεχε σωστά σε κανένα άλλο υλικό εκτός από αυτό της ίδιας της IBM, κάτι το οποίο ήταν αναληθές. Στο τέλος, το κοινό προτίμησε τα κατώτερα (16-bit έναντι 32-bit και μη πολυνηματικά (multithreaded)) Microsoft DOS και Windows 3.1 αντί του OS/2, δίνοντας την έναρξη της σχεδόν απόλυτης κυριαρχίας της Microsoft στην αγορά λειτουργικών συστημάτων.

Μπορούμε τώρα να δούμε ξεκάθαρα πως η τακτική ΦΑΑ δεν περιορίζεται στις πρακτικές της IBM της δεκαετίας του εβδομήντα αλλά είναι στην ουσία μια συνήθης τακτική για μια εταιρία που έχει την φήμη, το μέγεθος και την υποδομή που της επιτρέπει να διαδόσει ΦΑΑ για τους ανταγωνιστές της. Για αυτό το λόγο, ο όρος επεκτάθηκε ώστε να περιλαμβάνει όλη την παραπληροφόρηση που προέρχεται από κάποια εταιρία που χρησιμοποιείται ως εργαλείο μάρκετινγκ και βοηθά την εμπέδωση και τη διασφάλιση μονοπωλίων. Ένα σημαντικό βήμα προς την αναγνώριση της συμβολής του ΦΑΑ στην τρέχουσα κατάσταση της βιομηχανίας ελήφθη στα τέλη του Οκτωβρίου του 1998. Τότε ο Eric S. Raymond, μια από τις ηγετικές μορφές της κοινότητας λογισμικού ανοιχτού κώδικα (open-source software), εξέδωσε μια σειρά υπηρεσιακών σημειωμάτων της Microsoft που αργότερα ονομάστηκαν “Έγγραφα Halloween”.

Τα Έγγραφα Halloween σκιαγραφούν με ξεκάθαρους όρους ότι το λογισμικό ανοιχτού κώδικα είναι απειλή για την κυριαρχία της Microsoft, καθώς έχει πολλά πλεονεκτήματα σε σχέση με το λογισμικό κλειστού κώδικα, και επιδεικνύουν την αύξηση της απήχησης του λειτουργικού συστήματος ανοιχτού κώδικα Linux ως καλό παράδειγμα αυτών των πλεονεκτημάτων. Συζήτηση γίνεται επίσης και για τους πιθανούς τρόπους που μπορούν να χρησιμοποιηθούν μέθοδοι ΦΑΑ κατά του λογισμικού ανοιχτού κώδικα. Κάποιες απο αυτές αργότερα υλοποιούνται, όταν η Microsoft εκδίδει μια ιστοσελίδα που ονομάζεται “Linux Myths” και η οποία ήταν στην ουσία μια συλλογή ΦΑΑ ενάντια στο Linux. Αφού επισημάνθηκε η αναλήθειά της και έγιναν διαμαρτυρίες, η ιστοσελίδα αποσύρθηκε αμέσως. Ο τρόπος όμως με τον οποίο λειτουργεί το ΦΑΑ δείχνει ότι αυτό μπορεί να μην είναι αρκετό για να διορθωθεί το κακό που έχει ήδη γίνει. Το Linux έχει ορισμένες φορές αποκαλεστεί ανασφαλές λειτουργικό, αργό και μη συμβατό με standards. Επιπλέον, έχουν γίνει κι άλλοι γελοίοι ισχυρισμοί που πολλές φορές διατυπώνονται με στόμφο ώστε να εντυπωσιάσουν και να φοβίσουν, όπως το ότι το Linux και το λογισμικό ανοιχτού κώδικα υποστηρίζουν τον κομμουνισμό και σκοπός τους είναι η καταστροφή του καπιταλισμού στη βιομηχανία υπολογιστών! Σε αυτή την περίπτωση πάντως το ΦΑΑ αντικρούεται από την ίδια τη Microsoft, αφού παραδέχεται μέσα στα Έγγραφα Halloween την υπεροχή, σε ορισμένα σημεία, του Linux έναντι των δικών της λειτουργικών συστημάτων. Η Microsoft παραδέχτηκε την αυθεντικότητα αυτών των υπηρεσιακών σημειωμάτων και οι συγγραφείς τους αναγνωρίστηκαν ως ο Vinod Valloppillil και ο Josh Cohen, δύο διοικητικά στελέχη της Microsoft. Η εταιρία, όμως, αντιπαρέρχεται και λέει πως ήταν έρευνες χαμηλού επιπέδου τεχνικής φύσεως και όχι επίσημη εταιρική πολιτική. Ακόμα και έτσι όμως, είναι εξαιρετικά ανησυχητικό οτι το ΦΑΑ έχει τόσο βαθιά υποστήριξη στη βιομηχανία.

Ας δούμε τώρα από τι απαρτίζεται το ΦΑΑ ως στρατηγική. Καθώς στοχεύει να αποπροσανατολίσει το κοινό σε μια προσπάθεια να του αλλάξει γνώμη σχετικά με τα προϊόντα, χρειάζεται να διαστρεβλώσει τα υπάρχοντα δεδομένα και να αφήσει στον

αποδέκτη μια αρχική εντύπωση η οποία θα τον ωθήσει να φανταστεί τη συνέχεια του ανύπαρκτου επιχειρήματος κατά του ανταγωνισμού. Για αυτό το λόγο οι δημιουργοί του ΦΑΑ συνήθως υπερβάλλουν στην περιγραφή των αδυναμιών του ανταγωνιστικού προϊόντος, καταφεύγοντας ακόμα και στη δημιουργία διαγνωστικών τέστ (benchmarks) που δείχνουν το προϊόν τους καλύτερο σε ορισμένους (συνήθως ασαφείς ή επουσιώδεις) τομείς. Μια άλλη τακτική, πάνω στην οποία βασίζονται οι ανακοινώσεις vapourware, είναι η προσπάθεια να διαστρεβλωθεί το πλεονέκτημα που έχει ο ανταγωνιστής και να τεθεί εκτός προοπτικής. Αυτό γίνεται με το να "αρνηθείς" το γεγονός οτι ο ανταγωνισμός προσφέρει καλύτερα προϊόντα, με το να ανακοινώσεις πως έχεις τη δυνατότητα να δημιουργήσεις ακόμα καλύτερα προϊόντα απο εκείνον. Μια στρατηγική που χρησιμοποιήθηκε πρόσφατα είναι ο συσχετισμός των ανταγωνιστών με ανεπιθύμητα στοιχεία (π.χ. Η IBM συνδυάζει οποιονδήποτε άλλο με την ανασφάλεια δεδομένων και η Microsoft εξισώνει το open-source με τον κομμουνισμό). Σε έσχατη ανάγκη βέβαια, βλέπουμε την καθαρή επινόηση γεγονότων και αριθμών, η οποία είναι αρκετά επικίνδυνη και προκαλεί δικαστικές παρεμβάσεις εάν είναι ανιχνεύσιμη η προέλευση της. Εν συντομία, εξαιτίας του τρόπου λειτουργίας αυτής της τεχνικής, αρκεί απλά να δημιουργηθούν εντυπώσεις με τη σπίλωση της φήμης μιας επιχείρησης ή με τη μείωση των προϊόντων της με φήμες, χωρίς ποτέ να χρειαστεί να αποκαλυφθεί κάποιος ως δημιουργός της φήμης ή να χρειαστεί να αποδείξει πως η φήμη είναι αληθινή. Ένας καλός τρόπος για να αποφύγει κάποια εταιρία την αποκάλυψή της ως δημιουργού ΦΑΑ είναι η απόσπαση της προσοχής μακριά απ'αυτήν, ώστε να περνά απαρατήρητη.

Στην πραγματικότητα λοιπόν, για να πετύχει το ΦΑΑ, χρειάζεται η διάσπαση της προσοχής του κοινού, επειδή το ΦΑΑ βασίζεται στη μυστικότητα. Εάν κάτι μπορεί να εντοπιστεί πως είναι ΦΑΑ, αυτό δε θα έχει πλέον τη δύναμη να επηρεάσει. Μια συνηθισμένη μέθοδος περισπασμού είναι η τοποθέτηση ενός ψεύδους ανάμεσα σε δύο ή περισσότερες αλήθειες, έτσι ώστε η αναλήθεια να μην ξεχωρίζει αλλά να είναι καλά κρυμμένη. Κάτι άλλο το οποίο έχει δοκιμαστεί με κάποια επιτυχία, είναι η κυκλοφορία ενός "γεγονότος" το οποίο έχει πάψει να ισχύει εδώ και καιρό. Η εμφάνιση ξεπερασμένων πληροφοριών για το ανταγωνιστικό προϊον μπορεί να το κάνει να φαίνεται κατώτερο στα μάτια του παρατηρητή. Μια άλλη μέθοδος είναι το να θέτεις υποβολιμαίες ερωτήσεις στον αποδέκτη της ΦΑΑ. Μια καλογραμμένη υποβολιμαία ερώτηση, παρ'όλο που συνήθως δεν είναι απαντήσιμη, είναι χρήσιμη γιατί υπαινίσσεται το περιεχόμενο της στη σκέψη του αναγνώστη χωρίς να προσφέρει καμια απόδειξη. Μια σειρά υπαινιγμών που μπορεί να είναι το αποτέλεσμα τέτοιων ερωτήσεων, μπορεί να στρέφονται ενάντια στους ίδιους τους χρήστες. Με την επίθεση στους τελικούς χρήστες ενός προϊόντος (π.χ. χαρακτηρίζοντάς τους ως "δεκαεφτάχρονους σπασίκλες") μπορεί κανείς να επιτεθεί έμμεσα στο ίδιο το προϊόν, συσχετίζοντας ταυτόχρονα το δικό του προϊόν με το αντίθετο, ελκυστικό είδος χρήστη. Κατά συνέπεια, ενας αποτελεσματικός τρόπος για να υποστηριχτεί το ΦΑΑ είναι η απόρριψη των επικριτών μιας εταιρίας ως ορκισμένων εχθρών αυτής. Τελικώς, το ΦΑΑ μπορεί να μεταμφιεστεί πολύ καλά ως κριτική κάποιου ανεξάρτητου παρατηρητή. Σε αυτή τη συγκεκριμένη περίπτωση, ο επαναλαμβάνων το ΦΑΑ μπορεί να μη γνωρίζει οτι υποστηρίζει την καμπάνια μάρκετινγκ μιας εταιρίας αλλά στην ουσία να έχει χειραγωγηθεί έτσι ώστε να πιστεύει πως λέει την αλήθεια. Υπάρχουν παραδείγματα δημοσιογράφων και εταιρειών benchmark που έχουν γίνει λεία των εκστρατειών ΦΑΑ. Μια πιο άθλια μορφή πρακτικής αυτής της μεθόδου είναι η εσκεμμένη τοποθέτηση τέτοιων άρθρων στον τύπο, συχνά από γνωστούς δημοσιογράφους, εξαιτίας της ιδεολογικής εγγύτητας τους με τον εκάστοτε οργανισμό ή επιχείρηση, ή επειδή τους έχει προσφερθεί οικονομικό ή άλλου είδους αντάλλαγμα.

Για να συνοψίσουμε, το ΦΑΑ μπορεί να βλάψει την αξιοπιστία και την υπόληψη αυτών που το επαναλαμβάνουν, οι οποίοι είναι συχνά σχετικά αθώοι. Είναι επίσης ένα εμπόδιο για την ανάπτυξη της βιομηχανίας καθώς οδηγεί στην διένεξη μεταξύ των εταιριών με σκοπό την εξασφάλιση της κυριαρχίας τους στο πεδίο. Ένα καλό παράδειγμα μιας τέτοιας διένεξης είναι αυτή μεταξύ της Netscape, της Microsoft και του World Wide Web Consortium (W3C) σχετικά με τα πρότυπα που θα αναπτύσσονταν και θα υποστηρίζονταν

για τον Παγκόσμιο Ιστό (World Wide Web). Ένας άλλος τρόπος με τον οποίο παρεμποδίζει την πρόοδο του τομέα της πληροφορικής είναι πως η κριτική που ασκεί στους στόχους του είναι σε τεράστιο ποσοστό άκυρη. Επομένως είναι απίθανο να είναι επικοδομητική και να προσφέρει κάτι το νέο ή διορατικό στο διάλογο σχετικά με την ανάπτυξη νέων τεχνολογιών. Παραμένει επίσης και ο αρχικός λόγος που ανάγκασε τον Amdahl να διαμαρτυρηθεί κατά του ΦΑΑ στη δεκαετία του εβδομήντα και αυτός δεν είναι άλλος από την ευκολία με την οποία μπορεί να χρησιμοποιηθεί για να προστατευτούν τα μονοπώλια και να εξασφαλιστεί η φήμη τους με την ταυτόχρονη αμαύρωση των άλλων.

Επομένως, για να αντιμετωπιστεί το ΦΑΑ, μερικά βασικά ζητήματα πρέπει να αντιμετωπιστούν. Αρχικά, το κοινό, όπως και όλοι στην βιομηχανία, χρειάζεται να είναι περισσότερο ενήμερο για τις καταστάσεις που αναπτύσσονται στον κόσμο των υπολογιστών. Αυτό περιλαμβάνει πρώτα και κύρια την τεχνολογική κατάρτιση ώστε το άτομο που υποβάλλεται στο ΦΑΑ να είναι λιγότερο πιθανό να πέσει θύμα της μεθόδου. Στη μάχη κατά του ΦΑΑ χρειάζεται να διαχωρίσουμε αυτούς που το μεταδίδουν από τους δημιουργούς ώστε να προστατευθούν τα ανυποψίαστα θύματά του, δηλαδή το κοινό. Εάν γίνει επίθεση κατά ενός απλού αναμεταδότη, τότε αυτό το πρόσωπο δε γίνεται παρά ένα ακόμη θύμα του ΦΑΑ. Έτσι λοιπόν, είναι απαραίτητο να απαντούμε στο ΦΑΑ με τρόπο ώστε να μπορούμε να βγάλουμε τα συμπεράσματά μας σχετικά με τις προθέσεις αυτού που το μεταδίδει, από την αντίδραση του στην απάντησή μας. Ο καλύτερος τρόπος να διαψευθούν οι αναλήθειες που περιέχονται στο ΦΑΑ είναι η χρήση απλής γλώσσας για την εξήγηση της κατάστασης καθώς και η διατήρηση της ψυχραιμίας. Όταν κάποιος φαίνεται να διαμαρτύρεται έντονα για κάποια δήλωση, αυτό δημιουργεί την εντύπωση ότι το ΦΑΑ μπορεί πράγματι να είναι αληθές και το να φαίνεται κάποιος ανήσυχος μπορεί να συμβάλει σε αυτό. Μια άλλη πιθανότητα, στο μυαλό του παρατηρητή, μπορεί να είναι ότι το άτομο που αντικρούει το ΦΑΑ μπορεί απλά να προφυλάσσει τα συμφέροντα κάποιου από αυτούς που αναφέρονται μέσα σε αυτό και επομένως να δρα απλά και μόνο με σκοπό την προστασία αυτών των συμφερόντων, κάτι το οποίο θα μειώσει την αξιοπιστία αυτού του ατόμου. Συνεπώς πρέπει να παρουσιαζόμαστε όσο πιο αμερόληπτοι γίνεται, ούτως ώστε τα επιχειρήματά μας κατά του ΦΑΑ να είναι αποτελεσματικά. Τελικά, όλα τα παραπάνω είναι λόγοι για τους οποίους η απόπειρα να επαναφέρουμε την τάξη μετά από μια επίθεση ΦΑΑ πρέπει να στηρίζεται μόνο σε αντικειμενικά γεγονότα. Οτιδήποτε λιγότερο θα διακινδύνευε την υπόληψη και την αξιοπιστία του δρώντα και αυτό θα μπορούσε να επεκταθεί στην εταιρία ή το προϊόν που αυτός προσπαθεί να προστατεύσει από την επίθεση.

Για να διευκρινίσουμε, μια πρόσφατη υπόθεση προβάλλει το πώς το ΦΑΑ σκοπεύει στην ανατροπή της εμπιστοσύνης μας για τα άλλα προϊόντα, έτσι ώστε να προώθηθεί μια συγκεκριμένη σειρά προϊόντων, και πώς αυτό μπορεί να επιτευχθεί με την εκμετάλλευση της έλλειψης τεχνικής κατάρτισης του αποδέκτη. Στις 25 Μαρτίου 2002, ο Γενικός Διευθυντής της Microsoft Peru, Juan Alberto Gonzalez, έστειλε ένα γράμμα σε έναν Περουβιανό κρατικό λειτουργό, το Μέλος του Κογκρέσσου Dr. Edgar David Villanueva Nunez. Αυτή η πλέον πασίγνωστη επιστολή περίεγραφε την ανησυχία της Microsoft σχετικά με ένα νόμο που σύντομα θα ψηφιζόταν στην Περουβιανή κυβέρνηση και ο οποίος αφορούσε την υποχρεωτική χρήση λογισμικού ανοιχτού κώδικα στο δημόσιο τομέα για λόγους εθνικής ασφάλειας και διαφάνειας. Προφανώς, αυτό δε θα ήταν μια ευχάριστη εξέλιξη για τον γίγαντα του ιδιόκτητου λογισμικού, επομένως χρειαζόταν να χρησιμοποιηθεί μια επιστολή με όλα τα χαρακτηριστικά γνωρίσματα του ΦΑΑ για να αποκατασταθεί η εμπιστοσύνη της κυβέρνησης σε αυτού του είδους το λογισμικό. Τελείως αναπάντεχα, το Μέλος του Κογκρέσσου απάντησε στις 8 Απριλίου του 2002 με μια ανοιχτή επιστολή που επιδείκνυε υψηλό επίπεδο γνώσης της πληροφορικής και το οποίο διέψευδε κάθε έναν από τους ισχυρισμούς που έγιναν από την εταιρία κατά της χρήσης του ανοιχτού λογισμικού. Ως αποτέλεσμα, η απάντηση αυτή κέρδισε το βαθύτερο σεβασμό πολλών επαγγελματιών πληροφορικής για το χειρισμό μιας τέτοιας ανοιχτής επίθεσης με προσεκτικό αλλά και αποτελεσματικό τρόπο που διέλυε τις αμφιβολίες που

είχαν ενσταλαχθεί από αυτούς τους ισχυρισμούς, ακόμα και στους μη ειδήμονες που τη διάβαζαν. Ακόμα ένας λόγος για τον οποίο αυτή η απάντηση κρίθηκε σημαντική είναι οτι ακολουθεί τα παραπάνω βήματα για την ανάλυση και τελικά την αντίκρουση του ΦΑΑ.

Το ΦΑΑ είναι μια ασυνήθιστη και πρόσφατα εκτεθειμένη τεχνική, αλλά έχει αποδειχτεί σχετικά επιτυχής, μερικές φορές ακόμα με καλύτερη απόδοση από τις κλασσικές τεχνικές μάρκετινγκ. Παρ' όλα αυτά αξίζει τον κόπο κάποιος να ζυγίσει τα πλεονεκτήματα της χρήσης της έναντι των μειονεκτημάτων και να αναρωτηθεί αν το ρίσκο να χαρακτηριστεί ως πηγή ΦΑΑ αξίζει πράγματι να ληφθεί, λαμβάνοντας υπόψη τα αμφίβολα αποτελέσματα. Ένας ακόμα παράγοντας που πρέπει να εξεταστεί είναι πως αυτή η τακτική έθεσε πολλές εταιρίες εκτός συναγωνισμού και δημιούργησε τεράστια μονοπώλια, τα οποία συνήθως δεν έχουν κίνητρο να καινοτομήσουν. Επιπλέον η ερώτηση του πόσο ηθική είναι αυτή η πρακτική παίζει μεγάλο ρόλο. Τα κύρια εμπορικά χαρκτηριστικά στα οποία βασίζονται οι πωλήσεις της βιομηχανίας υπολογιστών κατά τη διάρκεια ύπαρξης της είναι η αξιοπιστία και η φήμη, πράγματα που το ΦΑΑ προσπαθεί να εξυμνήσει για τη μια πλευρά και να καταστρέψει για την αντίπαλη. Πρέπει λοιπόν να αναρωτηθούμε πόσο αξιόπιστος και αξιόφημος είναι ένας οργανισμός ο οποίος διασπείρει μισές αλήθειες – στην καλύτερη των περιπτώσεων – για τους ανταγωνιστές του. Επίσης δεν πρέπει να ξεχνάμε ότι αυτή η πρακτική άνθισε σε ένα πεδίο όπου, όχι πριν πολύ καιρό, τα πάντα θεωρούνταν επιστήμη αντί για εμπόριο, και όπου το κοινό πνεύμα ωθούσε προς την πρόοδο και όχι στον ευτελή ανταγωνισμό για προσωπικό όφελος.

Βιβλιογραφία

Daniels, A., “Gene Amdahl, Computer Pioneer”, *the Computer museum History Center's "CORE" vol. 1.4.*
http://ed-thelen.org/comp-hist/amdahl-bio-core-1-4.html

Green, E.L., “FUD 101”, 2001
http://www.badtux.org/eric/editorial/fud101.html

Irwin, R. “What is FUD?”, 1998
http://www.geocities.com/SiliconValley/Hills/9267/fuddef.html

Johnston, M. “Opinion: FUD!”*, osOpinion.com, November 17, 2000*
http://www.osopinion.com/perl/story/5423.html

Martin, B., “The Newbie's Guide to Fear, Uncertainty, and Doubt”, August 1999
http://www.attrition.org/~jericho/works/security/fud.html

Necasek, M., “An OS/2 History Lesson: The Beginnings of OS/2”, *Virtual OS/2 International Consumer Education (VOICE), October 2001*.
http://www.os2voice.org/VNL/past_issues/VNL1001H/vnewsf4.htm

Pfaffenberger, B., “The Rhetoric of Dread: Fear, Uncertainty, and Doubt (FUD) in Information Technology Marketing”, *Papers in the sociology of information technology, March, 2001.*
http://www.people.virginia.edu/~bp/anthro-papers/fud.html

Raymond, E.S. “The Halloween Documents”
http://www.opensource.org/halloween/

Vaughan-Nichols, S.J. “Linux vs. Microsoft: The FUD Report”, *ZDNet Tech Update, November 3, 1999*
http://techupdate.zdnet.com/techupdate/stories/main/0,14179,2387247,00.html

Williamson, D.C. “The FUD FAQ”, February 2, 2000
http://fud-counter.nl.linux.org/fud-faq.html

“FUD and Loathing in Redmond”*, TIME Magazine, November 16, 1998, vol. 152, no.20*

The on-line hacker Jargon File, version 4.3.1, June 29, 2001
http://www.tuxedo.org/~esr/jargon/