

SZUM INFORMACYJNY I JEGO ROLA W KSZTAŁTOWANIU WARUNKÓW MEDIALNYCH I KULTUROWYCH

Abstrakt. Celem artykułu jest analiza zjawiska szumu informacyjnego oraz rozważania na temat jego powiązań ze zjawiskami komercjalizacji, globalizacji oraz rosnącej agresywności treści internetowych wobec użytkowników. Czy szum internetowy jest przypadkowym efektem czy zaprojektowanym środowiskiem? W jaki sposób sprzyja on dezinformacji, prowadzeniu wojen informacyjnych, tworzeniu podziałów na grupy „uprzywilejowane” i „dyskryminowane” informacyjnie? Jakie są powiązania zjawiska szumu informacyjnego z zagadnieniami monopolizacji obszarów internetowych, czy gromadzenia i przetwarzania wrażliwych danych o Internautach?

Słowa kluczowe: szum i mgła informacyjna, zanieczyszczona antropoinfosfera, alternatywne fakty, monopolizacja platform internetowych, dyskryminacja informacyjna, wojny informacyjne, informacyjne narzędzia kontroli, komercjalizacja wyszukiwarek, prywatność w sieci

INFORMATION NOISE AND ITS ROLE IN CREATING MEDIA AND CULTURE CONDITIONS

Abstract. The aim of this article is to analyze the phenomenon of information noise and its connections with commercialization, globalisations and increased aggressiveness of internet content towards users. Whether the information noise is an accidental effect or design environment? How he supports: desinformation, execution of information wars, creating divide into privileged and discriminated groups of access to informations. What are the connections between information noise and such issues as monopolisation of internet areas, or collecting and processing sensitive data about internet users.

Keywords: information noise and fog, contaminated anthropoinfosphere, alternative facts, monopolisation of web platforms, discrimination in access to informations, information wars, informational control tools, comercialization of internet search engines, privacy on the Web

SZUM I AGRESYWNOSĆ – O PRZESTRZENIACH WORLD WIDE WEB I BEZBRONNEJ PERCEPCJI

Współczesny człowiek coraz rzadziej „przełącza się” w tryb offline. Mimowolnie ma kontakt z ogromną ilością bodźców i wiadomości, zanurzając się w przestrzeń internetowego wielogłosu. Jest w gruncie rzeczy bezbronny na polu bitwy ścierających się interesów i poglądów, walczących o dominację lub popularność reklam, zdjęć, artykułów, blogów, profili. Internet jest przestrzenią rozrastającego się eklektyzmu i pęczniejącego chaosu. Problem narasta i coraz dotkliwiej internauci odbierają jego skutki. W latach 90 XX wieku użytkownik Internetu nie był narażony na tak duże skupisko agresywnych bodźców jak obecnie. Trudno już sobie nawet wyobrazić witryny internetowe surowe i minimalistyczne, zakotwiczone w szerokich kontekstach, bogate merytorycznie i treściowo, pozbawione banałów, a przede wszystkim niekomercyjne.

Serwisy www stały się agresywne wielopoziomowo:

- na poziomie języka, np. poprzez hiperbolizowane nagłówki, sugerujące szokujące treści linkowanych artykułów („Azjatyckie piekło Polaka”, „Potwierdziły się makabryczne przypuszczenia. Naukowcy zdobyli niezbitą dowód”, „Francuzi rozpedzili 2 tysiące imigrantów”, „Ksiądz 3 razy zgwałcił nieletnią i odwołał się od wyroku sądu”, „objaw raka płuc, który można zobaczyć gołym okiem na skórze”¹⁸³ itp.)
- na poziomie obrazu, np. w użyciu zdjęć kontrowersyjnych, szokujących, epatujących erotyką lub wzbudzających mimowolne obrzydzenie, w świadomym stosowaniu obrazów manipulujących emocjami i reakcjami odbiorcy, lub aby wywołać w nim lęk i zaciekawienie
- na poziomie audiowizualnym np. poprzez filmy i treści uruchamiające się samoistnie, bez zgody i udziału użytkownika
- na poziomie ilościowym, tzn. zaprojektowanej przez nadawcę celowo nadmiernej ilości reklam i treści

Dlaczego odbiorca jest bezbronny? Ponieważ, jak piszą Gary Small i Gigi Vorgan: „Mózg nie może działać efektywnie przy zalewie informacyjnym”¹⁸⁴ Z kolei Ryszard Tadeusiewicz również w kontekście smogu medialnego pisze o „zmasowanym ataku” na

183 Źródło: www.wp.pl, dostęp: 07-11-2018.

184 G. Small, G. Vorgan, *iMózg. Jak przetrwać technologiczną przemianę współczesnej umysłowości*, Wydawnictwo Vesper, Poznań 2011, s.22.

zmysły: [odbiorca] „pod wpływem tego ataku traci zdolność do świadomej i krytycznej percepcji (...) w umyśle oraz co gorsza w podświadomości odbiorcy informacji gromadzi się ogromna liczba nie powiązanych i nie przeanalizowanych >>surowych<< informacji – wywołując zamęt w dziedzinie wiedzy i totalną dezintegrację w dziedzinie wartości.”¹⁸⁵ Jeśli pod wpływem potopu danych użytkownik Internetu traci zdolność krytycznego myślenia i osądu, jak łatwo może stać się ofiarą manipulacji? Jak bardzo na dłuższą metę pozwala to miękko kształtować jego poglądy i postawy? Należy zauważyć, że nadmiarowość wiadomości często koegzystuje ze zjawiskami, czy też narzędziami wywierającymi wpływ na emocjonalność przekazu (dodatkowo tłumiącymi racjonalny odbiór). Silna perswazyjność przekazów połączona z potopem informacyjnym może wywoływać efekt swoistej synergii w wywieraniu negatywnej presji i sile oddziaływania na odbiorcę. Mimo to wciąż za słabo podejmuje się temat szkodliwości i zagrożeń związanych z zanieczyszczoną antropoinfosferą.

Według Ryszarda Tadeusiewicza smog informacyjny jest to „złożony zespół problemów i zjawisk związany ze znacznym nadmiarem liczby źródeł informacji, połączonym z wysoce problematyczną wartością wiadomości zawartych w znacznej części tych źródeł.”¹⁸⁶ Bardzo podobnie opisuje to zjawisko Waldemar Furmanek: „duszący nadmiar informacji nie tylko negatywnie oddziałuje na pojedynczego człowieka i jego wspólnoty, ale działa paraliżująco na rozwój i wykorzystanie technik informatycznych. A jest to produkt uboczny upowszechniania i rozproszenia procesów wytwarzania.”¹⁸⁷

O przeładowaniu informacyjnym (information overload) i szumie informacyjnym pisze również Ewa Głowacka. W jej opinii jest to problem zagrażający użytkownikom nowoczesnych technologii. Szum informacyjny to „nierównowaga między ilością dostarczanej informacji a możliwością jej przetworzenia przez człowieka. Pojawia się tzw. stres informacyjny (stres poznawczy, info-stres).”¹⁸⁸

Problemy z adaptacją w warunkach przeładowania informacyjnego związane są z ograniczeniami poznawczymi człowieka. Ewolucyjnie ludzki umysł nie został przystosowany

185 R.Tadeusiewicz, *W dymie i mgle*, źródło: <https://docplayer.pl/9694731-W-dymie-i-we-mgle-ryszard-tadeusiewicz.html>, dostęp: 07.11.2018, s.15.

186 Ibidem, s.7.

187 W.Furmanek, *Antropoinfosfera współczesnego człowieka*, „Dydaktyka Informatyki” 2013, nr 8, s.50.

188 E.Głowacka, *Ekologia informacji - sposób na choroby informacyjne?*, źródło: https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=7&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwjBheXi0pTfAhWPPFAKHbcCDkcQFjAGegQIAxAC&url=http%3A%2F%2Fwww.konferencja.biblio.cm.umk.pl%2Ffileadmin%2Fpelne_teksty%2Fnowy_ekologia_inf..doc&usq=AOvVaw0rnDcEAQ4B9bovRYghLivs, dostęp: 08.11.2018, s.2.

do ciągłego kontaktu z bodźcami dostarczanymi przez telekomputery. Gary Small i Gigi Vorgan w swojej książce „iMózg” piszą, że „eksplozja cyfrowej technologii” dokonuje głębokich przemian w naszych procesach myślowych oraz w pracy ludzkiego mózgu, a „codzienny kontakt z zaawansowaną technologią (...) pobudza przemiany komórek mózgowych i uwalnianie neuroprzekaźników, wzmacniając stopniowo nowe szlaki neuronowe w naszych mózgach i osłabiając stare. Na skutek obecnej rewolucji technologicznej nasze mózgi ewoluują szybciej niż kiedykolwiek.”¹⁸⁹ Szum informacyjny może pewnego dnia stać się dla nas niezauważalny i pozbawiony znaczenia. Niemniej aktualne obcowanie z nadmiarem danych i z olbrzymią dawką bodźców nakierowuje aktywność naszego mózgu na sferę nadmiernej pracy w cyberprzestrzeni kosztem słabnących szlaków neuronowych odpowiadających za bardziej podstawowe funkcje, fundamentalne dla kooperacji w społeczeństwie. „Na podstawie badań przeprowadzonych na Uniwersytecie Stanforda wskazano, że każda godzina spędzona przy komputerze zmniejsza o blisko trzydzieści minut tradycyjne interakcje twarzą w twarz z innymi ludźmi. Wraz z osłabieniem siatki neuronowej odpowiadającej za kontakty z ludźmi nasze interakcje społeczne mogą stać się nieporadne, co przejawia się w błędnej interpretacji zachowań innych, a nawet w nieumiejętności odczytywania subtelnych przekazów niewerbalnych.”¹⁹⁰ - Im bardziej zanurzamy się w cyberprzestrzeni, im więcej czasu poświęcamy na bycie „online”, tym słabiej rozwijamy umiejętności społeczne. Tymczasem rzadsze realne kontakty z ludźmi, osłabienie poczucia bliskości i zanik głębokich więzi mogą na dłuższą metę wywoływać poczucie pustki, depresję, lęki oraz inne dolegliwości natury psychicznej.

ROLA MGŁY INFORMACYJNEJ, A PROCESY KONTROLI

Jeśli więc za najbardziej naglące problemy „mgły informacyjnej” podaje się rozproszenie, nadmiar, brak odpowiedniej filtracji i zbyt duże rozbieżności w wartościach merytorycznych¹⁹¹ – może należałoby zadać sobie kilka pytań? Na przykład: dlaczego uważamy, że treści w Internecie nie można kontrolować lub też dlaczego jest tak duży problem z ich katalogowaniem?

189 G.Small, G.Vorgan, *iMózg...*, op. cit., s.14.

190 Tamże, s.15.

191 W. Furmanek, *Antropoinfosfera...*, op. cit., s.50.

„Internet stanowi medium, którego nie sposób kontrolować”¹⁹² - pisze Tomasz Kaczmarek w „Mass media przyczyną leków społecznych”. Ale czy rzeczywiście nikt go nie kontroluje? Może to tylko mit? Przynajmniej w pewnym (w moim mniemaniu bardzo znaczącym) stopniu wyszukiwarki i ich algorytmy decydują, stopniując wyniki według wartości (zwykle komercyjnej, ekonomicznej). Wyszukiwarki, a zatem firmy, mają władzę decydowania czy coś ukryć czy uwypuklić. Jeśli coś nie wyświetla się w wyszukiwarkach – czy faktycznie nie istnieje? Nie, znajduje się tylko poza sferą widoczności.

Wyszukiwarki katalogują i kontrolują treści - dopuszczają je lub nie dopuszczają. Reguły jakimi kierują się boty indeksujące nigdy nie są jawne, w założeniu powinny mieć na względzie interes internautów – jak najlepsze dopasowanie wyników do ich potrzeb. Co więcej wyszukiwarki indeksują i gromadzą prywatną historię wszystkich wyszukań użytkownika – aby móc przewidzieć jego intencje. Dlaczego więc mamy wrażenie przedzierania się przez tony niepotrzebnych linków? Z powodu komercji i reklam? A może dlatego, że „panuje zamknięte koło – pętla autoregulacji (...) Brak ośrodka decyzyjnego, hierarchicznie i centralnie usytuowanego jako determinatora, projektanta programu zdarzeń”¹⁹³? Nie, wydaje się, że w pewnym stopniu mamy do czynienia z ośrodkami decyzyjnymi i to one właśnie kierują szlakami naszych poszukiwań. Balansujemy pomiędzy szukaniem i odnajdywaniem, niestety ciężar po stronie szukania jest wciąż większy. Być może istniejemy jako świadomość w internecie głównie poszukując.

W telewizji czas emisji reklam doprowadza do absurdu, oglądający zapomina co oglądał przed startem bloku reklamowego. Telewidz ma jednak tę wyższość nad internautą, że wie jeszcze co ogląda i na co czeka. Internauta coraz częściej nie ma pojęcia czego dokładnie szuka. Ma potrzebę i intencję. Szuka, aby móc się zorientować, czego szukać powinien, a może również by wywnioskować: co powinien wiedzieć.

Można zaryzykować hipotezę (tym razem z punktu widzenia podmiotów gospodarczych), że duże natężenie szumu informacyjnego nie służy ani klientom ani ich firmom. Bardzo utrudnia prowadzenie działań z zakresu czystego public relations (opartego na

192 T.Kaczmarek, *Mass media przyczyną leków społecznych*, źródło: https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/11038708/preteksty_nr9.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOYWGZ2Y53UL3A&Expires=1544090421&Signature=QESpJUHvbqGV1rWildtu9HG5KoA%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DCioran_czlowiek_opetany_przez_pothos.pdf#page=24, dostęp: 09.11.2018, s.25.

193 W.Chyła, *Człowiek w dobie mediów, media w dobie biotechnologii*, „Teoria-Literatura-Kultura” 2002, nr 2 (5), 53-66, s.55.

zasadzie informowania i podtrzymywania kontaktów). W konsekwencji opłacanie sieci płatnych reklam, którymi zarządzają wyszukiwarki (korporacje), staje się koniecznym zabiegiem handlowym. Szum informacyjny i komercjalizacja Internetu jak na ironię szkodzą interesom przedsiębiorstw. Już dawno udowodniono, że public relations jest skuteczniejsze od działań reklamowych. Ale żadna firma nie może sobie pozwolić, aby zniknąć w białej mgłę i nie pojawić się w czołowych pozycjach Google.

Czy chodzi więc o to, żebyśmy znajdowali? Czy też mamy wciąż szukać, klikając kolejne odnośniki pełne bannerów i reklam kontekstowych podążających za nami krok w krok? Poprzez brak oporu akceptujemy władzę jaką posiadają nad nami wyszukiwarki i sankcjonujemy ją.

Do podobnych wniosków doszła Magdalena Szpunar w artykule „Wyszukiwarka Google jako współczesny gatekeeper”. Zwraca ona uwagę na fakt, że Google utrzymuje się z reklam (w 2006 roku osiągając obroty około 10,5 miliarda dolarów): „skoro zatem zysk generują płatne wyniki wyszukiwania, firmy wyszukujące nie mają interesu w tym, by rzetelnie porządkować zawartość sieci.”¹⁹⁴ Co więcej, nadajemy wyszukiwarkom atrybuty wszechwiedzy. Nie pytamy doświadczonych ludzi, starszyzny, ignorujemy profesjonalistów i autorytety. Ich rolę przejęły maszyny. Neutralność wyszukiwarki przyjmujemy za oczywisty fakt, który akceptujemy zupełnie bezkrytycznie; to sprawia, że „poddajemy się jej kontroli.”¹⁹⁵

Cyberprzestrzeń jest poniekąd odwzorowaniem rzeczywistości lub też jej dopełnieniem, ekstensją życia. Mimo że Internet jest zewnętrzny wobec człowieka, jednostka uwewnętrznia go jako część swojego indywidualnego świata. Ze względu na globalny charakter Internetu, dużą dynamikę i brak regulacji – prawa funkcjonujące w realnym świecie z ogromnym trudem są przenoszone do cyberprzestrzeni. Cyberprzestrzeń opiera się prawom narodowym, ponieważ jest eksterytorialna. Chłonie jak gąbka mody i trendy, kultury i zwyczaje, koncentrując społeczne zjawiska. Z łatwością przyjmuje wszystko to, co w stylach życia pozytywne i negatywne. Podobnie jak egzotyczne gatunki zwierząt migrują do niej i z łatwością adaptują się różnego rodzaju aktywności przestępcze, dotyczące np. oszustw, kradzieży tożsamości, pornografii, czy hazardu.

194 M. Szpunar, *Wyszukiwarka Google jako współczesny gatekeeper*, „Studia Humanistyczne” 2013, Tom 12, nr 2, s.114.

195 Tamże, s. 112.

Sprężenie zwrotne wpływu Internetu na świat rzeczywisty i funkcjonowanie w nim jednostki jest bardzo duże. Prawa ograniczone terytorialnie nie mają większego wpływu na kształt globalnej sieci internetowej, ale Internet ma ogromny wpływ na kształt prawa, które stara się z trudnością nadążyć za kierunkiem przemian i rozwojem życia społecznego.

Jeśli więc ilość reklam postrzegamy jako nadmierną lub duszącą, to głównie dlatego, że problem zrodził się w świecie realnym. Negatywne zjawiska przeniknęły do internetu multiplikując i nawarstwiając się, wykorzystując nośność i większą skalę zasięgu, po czym wróciły jak bumerang, uderzając w zwykłego człowieka.

Żadne prawo na świecie nie wprowadziło dotąd zakazu reklam. Prawo człowieka do bycia wolnym od przekazów manipulujących i perswazyjnych powinno znajdować się w konstytucjach cywilizowanych państw.

Śmieciowość i smog informacyjny jest tylko odbiciem zaśmiecenia realnego, to namacalny i wyraźny brak reguł etycznych i kryzysu systemu wartości, który dotyka życia społecznego wskutek złożonych procesów globalizacji i konsumpcjonizmu. Człowiek został wprzęgnięty w technologię nie jako wolna jednostka, ale przedmiot i instrument, którego rolą jest głównie „mieć”, „kupować”, podporządkować się regułom rynku. Traktuje się go instrumentalnie jako element gospodarki i składową masę kupujących. Jednostka ma trwać w przeświadczeniu, że jest wyjątkowa, a towary które nabywa innowacyjne i stworzone specjalnie dla niej, podczas gdy jej faktyczna rola jest nieznacząca – liczy się jako homogeniczna część masy. Dzisiejszy konsument brnie w śmieciowych i krótkotrwałych towarach otoczony iluzją, że oto kroczy przez lśniąca od słońca pola Elizjum, spełnionych marzeń, sukcesu i dostatku, dostępnego tylko nielicznym.

Zanurzając się w Internecie i wyszukując informacje, każdy użytkownik mimowolnie udziela swojej świadomości i mocy intelektualnej. Ogląda reklamy, klika odnośniki, przegląda komercyjne treści - do takiej aktywności skłania go technologia. „Technologia definiuje lub redefiniuje rolę człowieka w odniesieniu do przyrody. Obiecując zastąpienie człowieka (lub grożąc nim), komputer podsuwa nam nową definicję człowieka jako procesora informacji, a przyrody jako informacji do przetwarzania.”¹⁹⁶ Technologia wprzęga nas w procesy odwzorowywania rzeczywistości w świat wszech-internetu. Skłania abyśmy przetwarzali i analizowali. Ale problem szumu informatycznego nie sprowadza się tylko do technologii i

196 J. Bolter, *Człowiek Turinga. Kultura Zachodu w wieku komputera*, Państwowy Instytut Wydawniczy, Warszawa 1990, s. 43.

nowych oczekiwań tzw. high-tech względem człowieka. Problem w etyce świata opartego na wartościach materialnych, coraz bardziej zatracającego ideały etyczne. Dopóki będziemy tylko przedmiotami w świecie przedmiotów, będziemy brnąć we mgle.

Zygmunt Bauman w „Kulturze płynnej nowoczesności” pisze, że pożeramy różne twory „kęsek z tego, kęsek z tamtego”, że jesteśmy „wszystkożerni”¹⁹⁷. Ta wszystkożerność może wynikać z instynktownej potrzeby budowania własnego zaplecza katalogów i indeksów. Może dlatego, że żyjemy w świecie pozbawionym drogowskazów odczuwamy pęd aby wiedzieć i znać coraz więcej, aby móc rozeznaczyć się w nieograniczonej rozległości zasobów kulturowych. Mamy dostęp do niemal nieskończonego dorobku intelektualnego ludzkości, zgromadzonego w Internecie – ale by móc z niego skorzystać, musimy samodzielnie wiedzieć czego szukamy. Musimy (co najmniej) znać słowa-klucze, uruchamiające odpowiednie sekwencje linkowań w wyszukiwarkach – te, które ominą komercyjne pułapki i przeprowadzą nas do wartościowych obszarów. Oznacza to, że rozwój osobisty i poszukiwania, są dziś istotnym krokiem w tworzeniu osobistych punktów orientacyjnych i map wiedzy w warunkach błędzenia „po omacku”.

Pomimo udostępnienia cybernetycznego ludzkiej myśli i gromadzenia jej w rozrastających się sieciach – jest ona jednocześnie jawna i ukryta. W jaki sposób? Wyobraźmy sobie spragnionego ślepcę w ogromnej sali. Na podłodze stoi niezliczona ilość kubków – w jednych jest woda, w innych piasek. Aby ślepiec mógł się zorientować w których jest woda, musi próbować pić po kolei z wszystkich kubków. Ponieważ tych z piaskiem jest znacznie więcej, w miarę próbowania i sprawdzania ślepiec traci wiele czasu, podczas którego coraz trudniej mu zaspokoić pragnienie z wody, którą udaje się znaleźć. Na dodatek, może przypadkiem ponownie sięgać również po te kubki, z których już „pił”.

Funkcjonujemy w cyberprzestrzeni niemal na zasadzie ślepców.

Tworzy nam się złudzenie wyboru – są przecież alternatywne wyszukiwarki, możemy wybrać którąś z nich. Ale problem jest głębszy niż mogłoby się wydawać. Na stronie wiatrak.pl anonimowa osoba wyciągnęła wniosek, że coraz trudniej otrzymać ze strony Google „dobrą treść” i zainteresowana działaniem wyszukiwarek, dokonała w grudniu 2017 r. porównania wyników dla zapytania „Polacy w Holandii”, m.in. na bing, duckduckgo, Yandex, Yahoo,

197 Z.Bauman, *Kultura w płynnej nowoczesności*, Wydawnictwo Agora, Warszawa 2011, s.18.

Baidu. Rezultat tego testu wykazał, że wyniki różnych wyszukiwarek były bardzo podobne, a czasem jednakowe z wynikami Google.¹⁹⁸

MIT ROZPROSZENIA – INTERNET ZCENTRALIZOWANY I ZMONOPOLIZOWANY

Internet powstał w celu decentralizacji i rozproszenia, taki był jego pierwotny cel. Natomiast można poniekąd uznać, że stał się wysoce scentralizowany pod wpływem korporacji takich jak Google, Facebook, YouTube oraz przez kilka najbardziej znanych witryn internetowych - w Polsce byłyby to np. WP (Wirtualna Polska Holding S.A – do której należą również takie spółki jak Domodi, wakacje.pl, nocowanie.pl, esky.pl, czy businessclick.pl) i Onet (koncern Axel Springer Polska). Stały się one korytami cybernetycznymi, regulującymi ławice internautów oraz nurt treści publicznych do jakich mają oni dostęp. Wiadomości, linki, a także sposoby ich przekazywania są ustandaryzowane i ograniczające.

Możemy się gromadzić w Internecie i przemawiać pojedynczymi głosami. Ale czy głosy te kiedykolwiek staną się głosem solidarnym, silnym jedno-wielogłosem, zdolnym stawiać opór rzeczywistości? Trudnej rzeczywistości, w której zdecentralizowane pojedyncze opinie z łatwością giną w hałasie, w szumie informacyjnym, w natłoku dezinformacji, paranauki i fake-newsów.

Szum informacyjny jest tylko dźwiękiem towarzyszącym szeregowi zjawisk, które Zygmunt Bauman sumuje w wywiadzie dla Polityki „Świat po pigułce”¹⁹⁹. Mówi on o tym, że globalna cyberprzestrzeń jest kolejną ziemią niczyją, która dopiero się kształtuje i kolonizuje. Korporacje wymykają się prawom państwowym, rządy poszczególnych krajów, a nawet organizacje ponadpaństwowe nie radzą sobie z utratą kontroli nad sytuacją, ze zmianami cywilizacyjnymi i tempem przemian. Prawa nie sięgają tak daleko by móc regulować sieć globalnych zjawisk. ”W cyberprzestrzeni nikt nie ma monopolu przemocy. Produkcja, finanse, wiedza, przestępczość – albo ignorują państwa, albo je aktywnie zwalczają, działając w przestrzeni globalnej. Tam jest moc. Natomiast polityka pozostała taka, jaka była. Lokalna,

198 *Wszechmogący Google? Są alternatywy?*, źródło: <https://www.wiatrak.nl/78262/wszechmogacy-google-sa-alternatywy>, dostęp: 2018-11-03.

199 J.Żakowski, *Wywiad z prof. Zygmuntem Baumanem*, „Polityka”, źródło: <https://www.polityka.pl/tygodnikpolityka/kraj/1511368,1,prof-zygmunt-bauman-stracilismy-kontrola-nad-swiatem-ktory-sami-stworzylismy.read>, dostęp: 2018-11-03.

terytorialna, zamknięta w prawnych i mentalnych opłotkach państwa narodowego.”²⁰⁰ Żadna organizacja ani wspólnota nie są w stanie opracować skutecznych narzędzi, ponieważ nie mają ani takiej władzy ani instrumentów, którymi mogłyby dysponować na poziomie geopolitycznym. Jedno globalne państwo stałoby się prawdopodobnie kolejnym, potwornym totalitaryzmem i błędem byłyby próby jego sformowania. W opinii Zygmunta Baumana być może rozwiązaniem problemu może być tworzenie się ruchów politycznych niepowiązanych terytorialnie, a w dalszej perspektywie czasu jednolitość obowiązków i praw obywatelskich ujętych minimalistycznie, dotyczących najbardziej podstawowych kwestii.²⁰¹

Znajdujemy się na ziemi niczyjej, która jeszcze się nie ukształtowała, nie uregulowała, nie ma silnie wykształconych praw i reguł, objętych sankcjami? Na pewno należy patrzeć na cyberprzestrzeń jak na środowisko pełne nowych zagrożeń, których jeszcze nie potrafimy w pełni zrozumieć, ani tym bardziej kontrolować – mam tu na myśli użytkowników Internetu, grupę nieuprzywilejowaną, która w tej nowej przestrzeni jest drastycznie narażona na nadużycia, przestępczość, manipulacje i wiele innych negatywnych zjawisk. Istnieje mit Internetu jako wolnego i pluralistycznego miejsca, ucieleśnienia ideałów wolności wypowiedzi, mitycznego centrum gdzie każdy może wykrzyczeć wszystko i zostać usłyszany. Dlatego kwestia regulacji zasad rządzących tym miejscem-niemiejscem jest kwestią drażliwą i wręcz nieakceptowaną, wywołującą sprzeciw. Internet był u swego zarania nową utopią. A jeśli spojrzeć na globalną sieć antyutopijnie, jak na całkowite przeciwieństwo „rozproszenia”?

Monopolizuje się obszary i dostępy do istotnych danych i informacji, przy jednoczesnym wirusowym (chorobliwym) namnażaniu treści banalnych i zbliżonych do siebie. Wiara w utopijny chaos i niekontrolowalność Internetu, idąca w parze z przeświadczeniem, że ten chaos pozwala na swobodne rozpowszechnianie prawdy i globalną wolność użytkowników – jest od dawna zupełnie nieprawdziwa.

Jeśli mamy do czynienia z atomizacją, to dotyczy ona grup społecznych. Na przykładzie wyszukiwarek - rozważmy podatność Internetu na monopolizację. Co jeśli cyberprzestrzeń ma bardzo duże możliwości do alienowania ludzi i przekształcania silnych społeczności w odosobnione i wyizolowane jednostki, nieświadome co do stopnia swego wyizolowania? Co jeśli Internet ma zdolność rozbijania siły opinii publicznej na pojedyncze głosy, łatwo ginące w wielogłosie i dezinformacji? Spora część aktywności społecznej

200 Ibidem.

201 Ibidem.

koncentruje się przecież w przestrzeniach mediów społecznościowych, które funkcjonują na zasadzie panoptykonów. Czy zatem nie może zaistnieć sytuacja, że niektóre profile i wypowiedzi zostaną uznane za niepożądane i np. utracą medialną widoczność?

W 2017 roku stało się głośno o serwisie rekrutacyjnym, który pośredniczył pomiędzy kandydatami do pracy a pracodawcami. Po pewnym czasie okazało się, że portal umożliwił stworzenie tzw. „czarnej listy” pracowników, którzy stracili wiarygodność. O liście wiedzieli tylko użytkownicy znajdujący się po stronie grupy „uprzywilejowanej”, tzn. niektórych pracodawców. Grupa osób której lista bezpośrednio dotyczyła pozostawała w niewiedzy, co do jej istnienia. Pomyślmy przez chwilę o dotkliwych skutkach zaistniałej sytuacji na sferę finansową grupy „nieuprzywilejowanej”, która dłuższy czas nie mogła znaleźć zatrudnienia oraz na ich przewlekłe turbulencje finansowe i bytowe. O tendencji do tworzenia i wymiany takich „czarnych list” pomiędzy agencjami ds. HR, które także współpracują z czołowymi serwisami online, informował m.in. PulsHR²⁰² oraz Rzeczpospolita.²⁰³

Nieetyczne zarządzanie informacją, jak widać na powyższym przykładzie, może być narzędziem niszczącym i potężnym. Informacje zebrano i przetworzono w celach komercyjnych, miały przyciągnąć klientów i być atutem względem konkurencji. Kwestie etyczne nie miały tu zastosowania. Przykład „czarnych list” dowodzi istnienia zupełnie nieprzewidywalnych zagrożeń, ale również tego, że Internet stwarza warunki do gromadzenia i wymiany wrażliwych danych, do których dopuszczani są nieliczni. Filtracja informacji, jej uporządkowanie, przeanalizowanie, wyselekcjonowanie i ukrycie – staje się produktem, dochodowym towarem. Informacja może być dyskredytująca, może skutecznie niszczyć lub wprowadzać w błąd; może wytwarzać grupy „uprzywilejowanych” i „nieuprzywilejowanych” informacyjnie.

202 *Po Polsce krążą niezwykle czarne listy pracowników (...)*, „PulsHR”, źródło: <https://www.pulshr.pl/rekrutacja/po-polsce-kraza-niezwykle-czarne-listy-pracownikow-sa-na-nich-dziesiatki-tysiecy-polakow,41449.html>, dostęp: 08-11-2018.

203 *Firmy nielegalnie tworzą czarne listy pracowników*, „Rzeczpospolita”, źródło: <https://www.rp.pl/Kadry/304159961-Firmy-rekrutacyjne-nielegalnie-tworza-czarne-listy-pracownikow.html>, dostęp: 08-11-2018.

SZUM ZAPROJEKTOWANY

Naiwnością jest patrzeć na Internet tylko jak na nieokiełznany żywioł naturalny, gdzie pojawiają się „szumy”, „smog” czy „potop” (informacyjny), gdy to przede wszystkim przestrzeń technicznych uwarunkowań zaprojektowanych i stworzonych przez programistów zatrudnionych w ramach firm i korporacji z branży IT. Firmy te prowadzą swoje działania zgodnie ze strategiami rozwoju. Ich celem jest prawdopodobnie opanowanie jak największej „części rynku”, maksymalizacja wymiernych zysków oraz osiągnięcie przewagi konkurencyjnej względem innych organizacji.

W miarę rozwoju Internetu jego różnorodność zostaje ograniczona przez największych „potentatów” takich jak eBay, Skype, Twitter itp. Skupują oni lub przejmują kontrolę nad mniejszymi firmami. Prowadzi to do przechwytywania pomysłów, innowacji technologicznych oraz utalentowanych specjalistów, w celu zapewnienia sobie wzrostu i zablokowania konkurencyjnych projektów. Za ten stan rzeczy ponoszą częściowo odpowiedzialność sami użytkownicy, którzy wybierając korzystanie z największych (najlepszych, atrakcyjnych, instynktownych w obsłudze) serwisów, pozwolili na ich nadmierny wzrost i osiągnięcie dominacji. Najbardziej negatywne prognozy związane z monopolizacją przestrzeni wirtualnej to: 1) całkowite zahamowanie innowacyjnych, nowych projektów, 2) zmony rynkowe, 3) niejawne uzgodnienia z władzami państw, 4) absolutna władza monopolistów w Internecie.²⁰⁴

Problem ten niepokoi Tima Bernersa-Lee (twórcę wizji systemu zarządzania informacjami www), który uważa centralizację platform za zjawisko przekroczenia barier. Zwraca on uwagę na pojawienie się szeregu niepokojących trendów i jako najgroźniejsze podaje:

- wzrost dominacji i umacniania pozycji przez nieliczne, duże platformy
- gromadzenie danych o użytkownikach
- rozwój spiskowych teorii w mediach społecznościowych i wywoływanie w ten sposób społecznych napięć
- wzrost ilości fałszywych kont np. na Facebooku
- ingerowanie w wybory dzięki narzędziom dostarczanym przez media społecznościowe

204 *Internetowe monopole – nowe zagrożenie?*, źródło: http://www.pi.gov.pl/PARP/chapter_86198.asp?soid=20EE4BC158BD46778986F96AB5DC9717, dostęp: 08-11-2018.

- wzrost kradzieży danych osobowych.²⁰⁵

Pod wpływem monopolizacji obserwujemy zanik mniejszych i słabszych mediów lokalnych, które nie dysponują dostatecznymi środkami finansowymi, ani kadrą informatyczną aby prowadzić je na wysokim poziomie. Nie są one w stanie utrzymać się z reklam ponieważ rynek reklamowy zawłaszczyły największe portale, mają też słabą pozycję w wyszukiwarkach.²⁰⁶

Jest to znaczący syndrom kurczenia się mediów opartych na tradycyjnym modelu newsroomu. Będzie on prawdopodobnie narastał w Polsce. W USA zanik ten dotyczy już nie tylko gazet lokalnych, ale nawet bardzo znanych tytułów, które borykają się z problemami finansowymi. „The New York Times” redukuje etaty, „Washington Post” odchudza objętość. Newsweek informuje o bankructwach wielu amerykańskich dzienników, np. The Sun Times-Media Group, Chicago Tribune, spowodowanych spadkiem czytelnictwa – a raczej jego przeniesieniem w sferę Internetu.²⁰⁷

Oznacza to, że wkrótce inne rejony świata mogą zacząć cierpieć na deficyt wiarygodnych mediów, opartych na etyce dziennikarskiej oraz rzetelności, a weryfikacja faktów i para-faktów krążących w Internecie będzie tym trudniejsza. Stopniowy zanik prasy papierowej oznacza też utratę dostępu do informacji „nieodwracalnych”. Wiadomości zawarte w pismach papierowych są materialnie utrwalone, a więc niepodatne na dalsze modyfikacje i przekształcenia, stanowią przekaz zamknięty. Newsy internetowe są otwarte i podatne na zmiany oraz modyfikacje. Mogą być też wielokrotnie aktualizowane.²⁰⁸

W Internecie nieistotne wydarzenia są przedstawiane jako maksymalnie ważne i atrakcyjne, a „zainteresowanie daną informacją bardzo często jest osiąganę poprzez wywoływanie strachu w odbiorcy”²⁰⁹ Udramatyzowane fakty przekazuje się niedbale, wyciągnięte z kontekstu, pozbawione ważnych szczegółów i dopowiadające detale zdarzeń, które w istocie nie miały miejsca.²¹⁰ Te cechy bardzo zbliżają do fake-newsów. Tak

205 W.Kulik, „Ojciec chrzestny internetu” chce zawalczyć o jego lepszą przyszłość, źródło: <http://www.benchmark.pl/aktualnosci/tim-berners-lee-ojciec-internetu-chce-zawalczyz-o-przyszlosc.html>, dostęp: 08-11-2018.

206 Media w erze globalizacji ulegają monopolizacji, źródło: <https://www.salon24.pl/u/adamfularz/610387,media-w-erze-globalizacji-ulegaja-monopolizacji>, dostęp: 08-11-2018

207 Kolejna gazeta w USA w stanie upadłości, „Newsweek”, źródło: <https://www.newsweek.pl/kolejna-gazeta-w-usa-w-stanie-upadlosci/c5f3mcm>, dostęp: 09-11-2018.

208 T.Kaczmarek, *Mass media...*, op. cit., s.24.

209 Ibidem, s.26.

210 Ibidem, s.27.

skonstruowaną informację, „zredagowaną” nonszalancko i bez dbałości o walory rzetelności i etyki - w gruncie rzeczy niewiele dzieli od fikcji.

Zjawisko tzw. alternatywnych faktów narasta od 2016 roku.²¹¹ Manipuluje się informacjami na wiele różnych sposobów. Można wyróżnić następujące praktyki w tym zakresie:

- fałszywe linki (treści nagłówków nie odpowiadają ich zawartości)
- treści wprowadzają w błąd
- fałszywe treści podszywają się pod prawdziwe źródła (impostor)
- informacje są całkowicie fabrykowane²¹²

Produkcja informacji jest obecnie procesem masowym, w czasie tych procesów wytwarza się towary i utwory cyfrowe. Coraz wyraźniej widać, że „mamy do czynienia z nowymi produktami pracy ludzkiej”.²¹³ Przyrost informacji nieustannie przybiera na sile i zgodnie z prognozami firmy IDC ilość danych cyfrowych do 2020 roku wzrośnie 67-krotnie, prawdopodobnie osiągając poziom 40 zettabajtów (tzn. mniej więcej tyle, co ziarenka piasku wszystkich plaż na świecie przemnożone przez 57).²¹⁴ „Cyfrowy wszechświat rozszerza się z prędkością 60% w skali roku.”²¹⁵ Człowiek przyjmuje około 34 gigabajtów danych na dzień i „jest w stanie utrzymać około 200 MB informacji.”²¹⁶ Oznacza to, że przepaść dzieli „moce przerobowe” naszego umysłu od ilości informacji z którymi się stykamy. W gruncie rzeczy jednak – problem szumu informacyjnego nie sprowadza się do zettabajtów, które istnieją w Internecie. Wracając do metafory ślepego i kubków – jeśli tylko sala przez którą idzie może pomieścić wszystkie kubki, ślepiec i tak nie jest ich świadom, w ogóle ich nie widzi. Problemem raczej jest selektywna filtracja treści oraz nadużycia, które się z tym wiążą oraz gromadzenie wrażliwych danych na temat użytkowników. Powstaje dysproporcja władzy między grupami uprzywilejowanymi oraz dyskryminowanymi informacyjnie.

Aby dotrzeć do właściwych treści oraz zaspokoić potrzeby cybernetyczne, np. korzystania ze skrzynek mailowych, aplikacji na smartfony, uczestnictwa w mediach społecznościowych, przeglądania stron www, wyszukiwania, zakupów online – nieustannie

211 B. Łódzki, *Fake news – dezinformacja w mediach internetowych i formy jej zwalczania w przestrzeni międzynarodowej*, „*Polityka i Społeczeństwo*” 2017, nr 4 (15), s.21.

212 Ibidem.

213 W. Furmanek, *Antropoinfosfera...*, op. cit., s. 53.

214 Ibidem, s. 57.

215 Ibidem.

216 Ibidem, s. 62.

jesteśmy zmuszeni do ujawniania informacji na swój temat, które są gromadzone i przetwarzane. Płacimy informacjami i prywatnością za dostęp do informacji. Zmniejsza nam się również przestrzeń materialna wolna od procesów robotyzacji i bycia nieustannie „online”.

Użytkownik jest np. zmuszony zaufać aplikacji programistycznej – jeśli chce skorzystać z płatności elektronicznej, zagrać w grę, wysłać maila do znajomego; „nie znając dogłębnie zasad funkcjonowania (...) zawiera, że wykorzystywana aplikacja działa poprawnie, nie ingerując przy tym w jego prywatność. W ten sposób scedowuje część swojej wolności programowi komputerowemu, a dokładniej programistom i firmie komputerowej, która tę aplikację wprowadziła na rynek.”²¹⁷ Użytkownik Internetu nie tylko nie ma świadomości, że ujawnia zbyt wiele, ale często jest do rezygnacji z prywatności technicznie przymuszany.

Piotr Siuda pisze o następujących technikach związanych z naruszaniem prywatności: 1) instalowanie plików cookies, flash cookies lub technologii non-cookies 2) nakłanianie do przechowywania danych „w chmurze” 3) scraping (program wydobywa dane z wyjścia innego programu) 4) deep-packet inspection (analiza pakietów sieciowych pod kątem treści) 5) keylogger (zacztywanie haseł i treści wpisywanych na klawiaturze). Konsekwencje tego jak machinalnie i bezwzględnie wykorzystuje się obecnie dane na temat Internautów, mogą i zapewne doprowadzą do dyskryminacyjnego ich dzielenia na grupy i ekonomicznego klasyfikowania. Długofalowo może to oznaczać wytworzenie podklasy internetowej osób informacyjnie wykluczonych – których „horyzonty oraz okazje życiowe będą skutecznie ograniczane”²¹⁸; a w szerszym kontekście spowodują „zanik zaufania i więzi międzyludzkich oraz wspólnych ram społecznych wyznaczanych przez tradycyjne media (telewizja, radio, tradycyjna prasa, książki).”²¹⁹

SZUM INFORMACYJNY A WOJNY INFORMACYJNE

Jednostka znalazła się w centrum zainteresowania bardzo wielu grup nacisku, które skolonizowały cyberprzestrzeń i wypełniły ją narzędziami informatycznymi umożliwiającymi prowadzenie działań operacyjnych i taktycznych. Wojny informacyjne prowadzą dziś nie tylko

217 S.Iskierka, J.Krzemiński, Z.Weźgowiec, *Umiejętności informatyczne jednostki, a jej wolność we współczesnej cyberprzestrzeni*, „Dydaktyka Informatyki” 2014, nr 9, s.173.

218 P,Siuda, *Prywatność w internecie – zarys perspektywy krytycznej*, „Kultura – Media – Teologia” 2015, nr 20, s.43.

219 Ibidem, s.48

państwa narodowe, ale również korporacje, grupy terrorystyczne i przestępcze. W tej sytuacji aby zyskać wolność i bezpieczeństwo w cyberprzestrzeni jednostka musiałaby ograniczyć swoje uczestnictwo online (lub w ogóle je zawiesić), a znacząco zwiększyć kompetencje informatyczne, zwłaszcza programistyczne.

W 2013 roku Edward Snowden (pracownik National Security Agency) ujawnił, że dzięki bliskiej kooperacji NSA z korporacjami takimi (m.in.) jak Google, Microsoft, Facebook, YouTube, AOL, Skype, Apple – amerykańskie służby specjalne mogą dotrzeć do każdego pliku (audio, wideo, dokumentu, danych umieszczonych w „chmurze”, a także „kontrolować” wideokonferencje i portale społecznościowe).²²⁰

Rządy państw zdają sobie sprawę, że „uczestnikami walki informacyjnej są już nie tylko podmioty wojskowe i polityczne. Biorą w niej udział także cywile, którzy mogą być zarówno celem oddziaływania, jak i przekaznikiem określonych treści.”²²¹ Uzyskanie zamętu informacyjnego jest ważnym elementem wojny hybrydowej, na równi ze stworzeniem odpowiedniego środowiska i pożądanej narracji; natomiast sama informacja jest jednocześnie zasobem, celem ataku i bronią. Rozpoznane sposoby walki informacyjnej to: dezinformacja (polityczna, ekonomiczna, naukowo-techniczna, wojskowa), propaganda, operacje psychologiczne, cyberatak społecznościowy, manipulacja informacyjna – wymierzone w postawy i opinie jednostek, a poprzez nie w postawy szerszej opinii publicznej, a nawet rządów.²²²

Szum informacyjny w tych warunkach prowadzi do dezorientacji, zagubienia wśród krzyżujących się zdań, opinii i konfliktów interesów, wśród których bardzo trudno odróżnić prawdę od fałszu – można zatem wybrać wersję zdarzeń zgodnie z subiektywnym przekonaniem, lub pozostać całkowicie biernym i obojętnym. Współczesny człowiek podświadomie wyczuwa już, że materiały które ogląda i czyta na temat wydarzeń na świecie, zawsze mogą być fikcyjne, zwłaszcza jeśli dotyczą sfery jego emocji i przekonań.

Trwa kolonizacyjna walka o dominację w przestrzeni Internetu. Zaczyna wyodrębniać się hierarchia władzy informacyjnej, sieci powiązań i zależności. Łukasz Kamiński w książce „Technologia i wojna przyszłości” zwraca uwagę, że amerykański sektor wojskowy stał się uzależniony od firm komercyjnych dostarczających systemy informacyjne i właściwie jest ich

220 Tamże, s.177.

221 T.Grabowski, *Metody walki informacyjnej w mediach elektronicznych, na przykładzie konfliktu rosyjsko-ukraińskiego*, „Horyzonty Polityki” 2016, Tom 7, nr 20, s.32.

222 Tamże.

„klientem”.²²³ Skoro zatem korporacje takie jak Google czy Facebook dostarczają informacji rządowi/rządom oraz ingerują w przebieg kampanii wyborczych – czy jakakolwiek organizacja państwowa może wpływać na te firmy aby respektowały prawa chroniące jednostkę? Czy w ogóle byłoby to w ich interesie? Pamiętajmy, że również rządy składają się z pojedynczych ludzi, którzy podobnie jak reszta społeczeństwa podlega dyktatowi publicznego wizerunku w mediach społecznościowych i wynikach wyszukiwarek. Pamiętajmy, że w tym kontekście należy założyć, że również na ich temat monopolizujące się korporacje informatyczne mogą pozyskać wrażliwe informacje np. śledząc i analizując dane oraz aktywność osób z ich bezpośredniego otoczenia.

PODSUMOWANIE

Współczesny człowiek funkcjonuje w warunkach dużego szumu informacyjnego. Szum ten jest nasycony treściami o dużej agresywności wobec odbiorcy. Powoduje to dezorientację jednostki oraz utratę zdolności świadomej i krytycznej percepcji. Zauważalna jest niska jakość informacji, jej banalność, powierzchowność, mała wiarygodność. Panuje duże nasycenie reklamą i komercjalizacją. Multiplikacja niemal identycznych treści sprawia wrażenie zalewu i smogu. Mózg człowieka dopiero adaptuje się do warunków tzw. high-tech i niestety przebiega to kosztem relacji społecznych (im lepiej radzimy sobie z technologiami teleinformatycznymi tym słabiej w kontaktach z innymi ludźmi), dlatego trudno stwierdzić jakie będą psychologiczne mechanizmy obronne ludzkiego mózgu długotrwale stykającego się z fenomenem informacyjnego smogu, ani czy problem ten będzie odczuwalny w przyszłości.

Odbiór przez człowieka tego, co postrzegamy jako zalew informacji jest jednak tylko jednym z aspektów cybernetycznej „mgły”. Szum informatyczny jest zarówno syndromem kształtujących się nowych procesów sprawowania kontroli, co przebiegu konfliktów i wojen informacyjnych. Istnienie szumu informacyjnego stwarza warunki wykształcania się nowych grup – już nie społecznych, ale informacyjnych.

223 Ł.Kamieński, *Technologia i wojna przyszłości. Wokół nuklearnej i informacyjnej rewolucji w sprawach wojskowych*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2009, s.213.

Jest on (być może świadomie zaprojektowanym) środowiskiem sprzyjającym m.in. manipulacji, dezinformacji, czy atomizacji. Świadczy o tym fakt, że środowisko zanieczyszczonej antropoinfosfery sprzyja i służy interesom wielu silnych uczestników Sieci.

Monopolizacja i komercjalizacja wyszukiwarek pozwala wyizolować grupę „nieuprzywilejowaną”, tzn. zwykłych użytkowników Internetu od wartościowych treści. Nakierowuje się ich uwagę głównie na witryny komercyjne. Skłania się ławice internautów do aktywności powierzchownej, np. konsumowania mody, stylu życia, tabloidyzowanych newsów, zakupów. Wyszukiwarki dowiadują się i gromadzą dane o tym co myślimy i poniekąd mówią nam co mamy myśleć i na jaki temat. Cenzurują Internet - dając użytkownikowi złudzenie swobody i wolności.

Problem mgły informacyjnej jest ściśle powiązany ze stopniową opresyjnością wobec jaźni odbiorcy, a także wobec jego praw i prywatności. Pozwala maskować nadużycia które nie są ani jawne ani oczywiste. Monopolizacja wielu obszarów Sieci przez koncerny sprawia, że użytkownik jest zmuszony do „dobrowolnej” rezygnacji z prywatności jeśli chce nadal uczestniczyć w cyberkulturze i w życiu społecznym, które w dużej mierze funkcjonuje zanurzone w Internecie. Może nie zaakceptować polityki prywatności, plików cookies lub regulaminu, ale często oznacza to wykluczenie, na które nie może sobie pozwolić.

Centralizacja i monopolizacja kluczowych platform internetowych jest źródłem zagrożeń m.in. związanych z dyskryminacją i asymetrią informacyjną, z pogłębiającym się podziałem na grupy posiadające dostęp do danych, oraz na grupy „nieuprzywilejowane”, które tego dostępu nie mają, a za uczestnictwo w Sieci płacą prywatnymi danymi, które są przetwarzane i gromadzone.

W takich warunkach bardzo trudne jest wyłowienie i zweryfikowanie fake-newsów oraz odróżnienie prawdziwych informacji od fałszywych. Manipuluje się wiadomościami, ponieważ w ten sposób można kształtować postawy i poglądy, nie tylko dotyczące dylematu czy kupić mydło tego czy innego producenta – ale też kogo wybrać na prezydenta własnego kraju. Nieetyczne zarządzanie informacją, wzrost ilości fałszywych kont na mediach społecznościowych, kradzieże danych osobowych, zanik tradycyjnych mediów – to wszystko się odbywa, kiedy użytkownik Internetu czyta: „Tak wygląda kuchnia Joanny Krupy”²²⁴, „15 cech ludzi o wysokiej inteligencji emocjonalnej. Ile z nich posiadasz?”²²⁵

224 www.wp.pl

225 www.onet.pl

BIBLIOGRAFIA

1. Bauman Z., *Kultura w płynnej nowoczesności*, Wydawnictwo Agora, Warszawa 2011
2. Bolter J., *Człowiek Turinga. Kultura Zachodu w wieku komputera*, Państwowy Instytut Wydawniczy, Warszawa 1990
3. Chyła W., *Człowiek w dobie mediów, media w dobie biotechnologii*, „Teoria-Literatura-Kultura” 2002, nr 2 (5), 53-66
4. Furmanek W., *Antropoinfosfera współczesnego człowieka*, „Dydaktyka Informatyki” 2013, nr 8
5. Głowacka E., *Ekologia informacji, sposób na choroby informacyjne?*, źródło: https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=7&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwjBheXi0pTfAhWPPFAKHbcCDkcQFjAGegQIAxAC&url=http%3A%2F%2Fwww.konferencja.biblio.cm.umk.pl%2Ffileadmin%2Fpelne_teksty%2Fnowy_ekologia_inf..doc&usg=AOvVaw0rnDcEAQ4B9bovRYghLivs, data dostępu: 08.11.2018
6. Grabowski T., *Metody walki informacyjnej w mediach elektronicznych, na przykładzie konfliktu rosyjsko-ukraińskiego*, „Horyzonty Polityki” 2016, Tom 7, nr 20
7. Iskierka S., Krzemiński J., Weźgowiec Z., *Umiejętności informatyczne jednostki, a jej wolność we współczesnej cyberprzestrzeni*, „Dydaktyka Informatyki” 2014, nr 9
8. Kaczmarek T., *Mass media przyczyną leków społecznych*, źródło: https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/11038708/preteksty_nr9.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1544092192&Signature=z9Up7M9SaMVUuhwG1PJzrFI%2B1Ss%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DCioran_czlowiek_opetany_przez_pothos.pdf#page=24, data dostępu: 09.11.2018
9. Kamiński Ł., *Technologia i wojna przyszłości. Wokół nuklearnej i informacyjnej rewolucji w sprawach wojskowych*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2009

10. Kulik W., „*Ojciec chrzestny internetu*” chce zawałczyć o jego lepszą przyszłość,
źródło: <http://www.benchmark.pl/aktualnosci/tim-berners-lee-ojciec-internetu-chce-zawalczyz-o-przyszlosc.html>, data dostępu: 8.11.2018
11. Łódzki B., *Fake news – dezinformacja w mediach internetowych i formy jej zwalczania w przestrzeni międzynarodowej*, „*Polityka i Społeczeństwo*” 2017, nr 4 (15)
12. Siuda P., *Prywatność w internecie – zarys perspektywy krytycznej*, „*Kultura – Media – Teologia*” 2015, nr 20
13. Small G., Vorgan G., *iMózg. Jak przetrwać technologiczną przemianę współczesnej umysłowości*, Wydawnictwo Vesper, Poznań 2011
14. Szpunar M., *Wyszukiwarka Google jako współczesny gatekeeper*, „*Studia Humanistyczne*” 2013, Tom 12, nr 2
15. Tadeusiewicz R., *W dymie i mgle*, <https://docplayer.pl/9694731-W-dymie-i-we-mgle-ryszard-tadeusiewicz.html>
16. Żakowski J., *Wywiad z prof. Zygmunt Baumanem*, „*Polityka*”, źródło: <https://www.polityka.pl/tygodnikpolityka/kraj/1511368,1,prof-zygmunt-bauman-stracilismy-kontrola-nad-swiatem-ktory-sami-stworzyliśmy.read>, data dostępu: 3.11.2018
17. *Po Polsce krążą niezwykle czarne listy pracowników (...)*, „*PulsHR*”, źródło: <https://www.pulshr.pl/rekrutacja/po-polsce-kraza-niezwykle-czarne-listy-pracownikow-sa-na-nich-dziesiatki-tysiecy-polakow,41449.html>, data dostępu: 8.11.2018
18. *Firmy nielegalnie tworzą czarne listy pracowników*, „*Rzeczpospolita*”, źródło: <https://www.rp.pl/Kadry/304159961-Firmy-rekrutacyjne-nielegalnie-tworza-czarne-listy-pracownikow.html>, data dostępu: 8.11.2018
19. *Internetowe monopole – nowe zagrożenie?*, źródło: http://www.pi.gov.pl/PARP/chapter_86198.asp?soid=20EE4BC158BD46778986F96AB5DC9717, data dostępu: 8.11.2018

20. *Wszechmogący Google? Są alternatywy?*, źródło:

<https://www.wiatrak.nl/78262/wszechmogacy-google-sa-alternatywy>, data dostępu:
3.11.2018

21. *Media w erze globalizacji ulegają monopolizacji*, źródło:

<https://www.salon24.pl/u/adamfularz/610387,media-w-erze-globalizacji-ulegaja-monopolizacji>, data dostępu: 08-11-2018

22. *Kolejna gazeta w USA w stanie upadłości*, „Newsweek”, źródło:

<https://www.newsweek.pl/kolejna-gazeta-w-usa-w-stanie-upadlosci/c5f3mcm>, data dostępu: 09-11-2018

Mgr Barbara Konopka – doktorantka w Instytucie Nauk o Kulturze i Studiów Interdyscyplinarnych Uniwersytetu Śląskiego w Katowicach

e-mail: bkonopka@op.pl