

Jacek Trębecki

Katedra Ekonomii Informatycznej, Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu

ORCID 0000-0001-9775-173X

PUŁAPKI CYWILIZACJI INFORMACYJNEJ, CZYLI CZEGO NIE DADZĄ NAM SOCIAL MEDIA?

Abstrakt: Tekst jest próbą skonfrontowania nadziei związanych z rozwojem cywilizacji informacyjnej z aktualną rzeczywistością. Generalna konstatacja zawiera się w twierdzeniu że rozwój technologii komunikacyjnych nie spełnił pokładanych nadziei. Oczekiwany powszechny dostęp do zasobów informacyjnych, otwarte pola do dzielenia się informacją i dyskusji, owocujący tworzeniem się społeczeństwa obywatelskiego opartego o rzetelną wiedzę nie nastąpił. Co gorzej opisywany przez Jerzego Kleera okres przesilenia cywilizacyjnego niesie z sobą zagrożenia związane z nadmiarem informacji, zagubieniem użytkowników, co tworzy pole do oddziaływania informacji fałszywej, tworzenia baniek informacyjnych i rosnących antagonizmów.

Słowa kluczowe: social media, sztuczna inteligencja, cywilizacja informacyjna

THE PERILS OF INFORMATIONAL CIVILIZATION OR WHAT WE'RE NOT GETTING FROM SOCIAL MEDIA

Abstract: The book “Zmieniający się świat a globalizacja” (“Globalization in the Changing World”) co-edited by Professor Jerzy Kleer, recaps the changes that have taken place in the following three periods: historical, globalization, and civilizational crisis (Kleer & Prandecki, 2021).

The text below analyzes the changes that have occurred in methods of communication in the two most recent periods. One of the key initial conclusions is the fact that change has always been present in the history of humanity. In the era of globalization, however, these changes have become a lot more dynamic and, in addition to changes in the organization of international trade, changes in the way and organization of exercising power, and changes in the way production is organized, they also indicate the most interesting ones from this article’s point of view. These are the changes that have occurred in the era of globalization in the way the world is presented (including newspapers and reportages and the Internet and live video broadcasts) (Rydzak & Verhoeven, 2018); However, it is those changes taking place in the latest stage that are most important.

The said stage was diagnosed by Kleer and Prandecki as a period of civilizational crisis, in which, in addition to changing the way of organizing the basic social unit (transition from the family to partnerships and single-person households, singles and single parents – one parent raising a child) and changing the way of fighting wars (gradual walking away from the direct use of human force in favor of unmanned technologies and cyberattacks), there has been a change in the

communication methods. It means a transition from direct communication to an online society based on Internet communication (Kleer & Prandecki, 2021).

The analysis of this transition certainly involves the assessment of threats and opportunities offered by the development of the network society, especially the factor of this development known as “social media”. This discussion is organized as follows: it begins with objections about the accuracy of possible forecasts. Then we will define the hopes relating to the development of social media. Next, we will confront these hopes with reality. The whole thing is an attempt at drawing conclusions as to the direction of possible changes.

Keywords: social media, artificial intelligence, informational civilization

Bazą artykułu jest opracowana pod redakcją profesora Jerzego Kleera i dr Konrada Prandeckiego książka pt. ***Zmieniający się świat a globalizacja. Dokonano w niej zestawienia zmian, jakie dokonały się w trzech okresach: historycznym, globalizacji oraz przesilenia cywilizacyjnego. Z punktu widzenia niniejszej analizy najistotniejsze są te, które powstały w dwóch najnowszych okresach i dotyczą zmian w sposobie komunikowania.***

Jedną z ważniejszych początkowych konstatacji jest fakt, że zmiana zawsze była obecna w dziejach ludzkości. W dobie globalizacji przemiany te nabrały jednak znacznej dynamiki i oprócz zmian w organizacji handlu międzynarodowego, zmian sposobu oraz organizacji sprawowania władzy oraz zmiany sposobu organizacji produkcji wskazano również te, które są najbardziej interesujące z punktu widzenia poniższego artykułu. To zmiany, które w epoce globalizacji zaszły w sposobie przedstawiania świata (od gazet i reportażu do Internetu i wideo przekazów na żywo).

Zmiany zachodzące w najnowszym etapie mają największe znaczenie. Został on zdiagnozowany jako okres przesilenia cywilizacyjnego, w którym oprócz zmiany sposobu organizacji podstawowej komórki społecznej (przejście od rodziny do związków partnerskich oraz jednoosobowych gospodarstw domowych, tzw. singli i samotnych rodziców – jednego rodzica wychowującego dziecko) oraz zmiany sposobu prowadzenia wojen (powolne odchodzenie od bezpośredniego użycia siły żywej na rzecz technologii bezzałogowych i cyberataków) jest zmiana w sposobie komunikacji. Oznacza ona przejście od komunikacji bezpośredniej do społeczeństwa w sieci, opartego na komunikacji internetowej. (Kleer & Prandecki, 2020).

Analiza takiego przejścia powinna uwzględniać oszacowanie zagrożeń i szans, jakie wiążą się z rozwojem społeczeństwa sieci, a szczególnie czynnika tego rozwoju, jakim są media społecznościowe. Układ omówienia wynika z pewnej logiki. Rozpoczyna się ono od zastrzeżeń co do trafności możliwych prognoz. Następnie zdefiniowano nadzieje, jakie wiążano z rozwojem mediów społecznościowych. Kolejnym, i trochę oczywistym, jest skonfrontowanie tych nadziei z rzeczywistością. Całość pozwoliła pokusić się o wnioski co do kierunku możliwych zmian.

Ciężki los prognosty

Warto więc, już na początku, poczynić fundamentalne zastrzeżenie. Całość bowiem analizy obarczona jest olbrzymim ryzykiem błędu. Tworzenie prognoz, jeśli chodzi o materię tak nową i tak dynamiczną, jak społeczeństwo sieci, jest niezwykle trudne. Przykładem ryzyka jest chociażby popularny przed dziesięcioma laty fenomen *Second Life*. Idea przeniesienia czy też odwzorowania rzeczywistości w wirtualnym metawersum wydawała się wtedy czymś oczywistym. Inwestowano w tworzenie wirtualnych miast, powszechnie tworzone własne awatary. Co więcej, zaczął się nawet kształtować rynek wirtualnych artefaktów, na którym można było zakupić akcesoria stanowiące wyposażenie awatara. Idea *Second Life* nie przetrwała próby czasu. Jak się zresztą okazuje, nawet technologia mająca o wiele praktyczniejsze zastosowanie, a przykładem może być rozszerzona rzeczywistość (AR – Augmented Reality), nie stała się, pomimo potencjalnej użyteczności, sukcesem rynkowym. Okulary, które dzięki nałożeniu elementów cyfrowych na obraz świata rzeczywistego, pozwalają na natychmiastowe otrzymanie pożądaných informacji, na przykład wyświetlanie drogi, opis budynków, szczegółów technicznych etc. wydawały się strzałem w dziesiątkę, produktem idealnie odpowiadającym potrzebom użytkowników. To jednak, co wydawało się największą zaletą, było jednocześnie piętą achillesową projektu. Rozwijane przez gigantów jak Microsoft (HoloLens) czy Google (Google Glass) okulary pozwalały rozpoznawać ludzi, podawać informacje na ich temat, bezpośrednio łączyć z social mediami. Okazało się jednak, że nowe ustawodawstwo dotyczące ochrony danych osobowych skutecznie ograniczyło ten, wydawałoby się oczywisty, kierunek rozwoju social mediów. Podobny, być może, los spotka kryptowaluty. Idea swobodnych, opartych na algorytmach matematycznych, niezależnych od decyzji politycznych i rządów jednostek monetarnych wydawała się doskonała. Możliwość dokonywania całkowicie bezpiecznych i rejestrowanych, a jednocześnie pozwalających na zachowanie anonimowości transakcji nie była jedynym atutem nowego systemu. Odzwierciedleniem wielkich nadziei był rosnący kurs kryptowalut, rosnące zainteresowanie ich pozyskiwaniem (popyt na elementy niezbędne do tworzenia koperek kryptowalut przekroczył moce wytwórcze producentów kart graficznych). Na dopuszczenie kryptowalut jako oficjalnej waluty zgodziły się rządy pierwszych państw. Nagły kryzys, który wstrząsnął rynkiem, mocno przedefiniował prognozy i dziś perspektywa świata, w którym zniknie pieniądź fizyczny, nie jest już tak jednoznaczna. Dodatkowo, perspektywa swobodnych i niekontrolowanych przez nikogo przepływów pieniężnych niepokoi instytucje zajmujące się walką z przestępczością zorganizowaną czy terroryzmem.

Na drugim biegunie stoi fenomen TikToka. Aplikacja oferująca możliwość tworzenia, publikacji i komentowania krótkich form filmowych wydawała się tylko kopia funkcjonalności dostępnych wcześniej w innych aplikacjach. Dzięki intuicyjnej prostocie oraz mnogości filtrów i form edytowania filmów, aplikacja stała się jednak najdynamiczniej rozwijającym się medium społecznościowym ostatnich lat. Proponowany przez TikToka format rozszerzył swe zastosowania.

Z zabawy nastolatków stał się narzędziem przekazywania wiedzy, działań i kampanii promocyjnych, czy po prostu źródłem informacji. Z perspektywicznego punktu widzenia istotne jest jednak coś innego. Algorytmy TikToka uczą się konkretnych użytkowników. Wiedza na temat nawyków, preferencji, pozwala tak kształtować kontent, by nieustannie ogniskować uwagę użytkownika, powodując, że może on spędzić przed urządzeniem mobilnym długie godziny na biernej recepcji treści. Im dłużej użytkownik korzysta z aplikacji, tym bardziej aplikacja dostosowuje się do jego preferencji, proponując jak najatrakcyjniejsze, z jego punktu widzenia, treści. Powstaje w ten sposób mechanizm uzależnienia, powodujący że dobowy czas spędzony na korzystaniu z Internetu wynosi, według najnowszego raportu GWI, niemal 7 godzin dziennie. Warto jednak dodać, że jest to wartość uśredniona i składa się na nią przede wszystkim korzystanie bierne (nawigacja samochodowa, streaming muzyki etc.) czy aktywność zawodowa użytkowników. Rzeczywiste korzystanie z socjal mediów zajmuje, według tych samych badań, statystycznemu mieszkańcowi Ziemi około godziny dziennie, choć oczywiście rozkłada się to w sposób zróżnicowany, przede wszystkim w zależności od wieku. Tak kolosalne jednak wypełnienie przez aplikacje internetowe zasobów czasowych wiąże się z konsekwencjami. Przykładem jest zmiana w postrzeganiu upływającego czasu. Kiedyś problemem był czas oczekiwania. To czas spędzony, czy wręcz stracony, w dentystrycznej poczekalni, warsztacie samochodowym czy w kolejce w urzędzie. Starano się zwykle ten czas jakoś zagospodarować, by uniknąć dyskomfortu klientów czy petentów. Prasa, serwis kawowy, możliwość korzystania z telewizji były właśnie takimi próbami zarządzania czasem klienta. Rozwój sieci szerokopasmowej i mobilnych urządzeń w zasadzie rozwiązał problem. Wydajna sieć WiFi całkowicie zaspokaja potrzeby klientów w tym zakresie, skutecznie eliminując u nich poczucie straconego na oczekiwaniu czasu.

Najnowszym przykładem pokazującym jak nieprzewidywalne są kierunki ekspansji social mediów i rewolucji cyfrowej jest rewolucja sztucznej inteligencji. Okazało się, że algorytmy powszechnie dostępnych aplikacji umożliwiają realizację twórczych zadań wcześniej dostępnych tylko ludzkiemu umysłowi. Sztuczna inteligencja tworzy nie tylko grafiki, utwory muzyczne, ale również utwory literackie. Poziom realizacji jest tak wysoki, że utrudnia identyfikację autorstwa. Problemem staje się chociażby zaprzęgnięcie sztucznej inteligencji do tworzenia prac naukowych o charakterze awansowym. Coraz częstsze sygnały z ośrodków akademickich każą przypuszczać, że wkrótce może stać się jednym z większych wyzwania stojących przed światem nauki. Fascynujące przede wszystkim jest jednak to, że algorytmy potrafią tworzyć dzieła tak dobrze naśladowujące wytwór ludzkiego umysłu, że nawet specjaliści mają problem z ich prawidłową identyfikacją. Dochodzi do paradoksów, w których do rozpoznania, czy dzieło jest tworem sztucznej inteligencji, trzeba zaprząć sztuczną inteligencję. Najbliższą przyszłością są algorytmy komunikacyjne, pozwalające na imitację komunikacji personalnej. Coś, co było domeną twórczości science fiction, staje się rzeczywistością. Opracowywane chat boty mogą nieść ulgę i być skuteczną terapią psychologiczną chociażby dla chorych cierpiących na depresję. Być może oznacza to, sygnalizowany już również

przez profesora Kleera, dalszy krok w rozpadzie więzi społecznych. Potrzeba więzi komunikacyjnych z drugim człowiekiem prościej i skuteczniej będzie realizowana przez sztuczną inteligencję, niż przez prawdziwego człowieka.

Jednak to, w jakim kierunku pójdzie rozwój, ciągle pozostaje mocno problematyczne. Być może istotny stanie się podział social mediów na te skupione na relacjach, gdzie kluczową wartością jest komunikowanie się poszczególnych uczestników, i te skupione na treści – kontencie, w którym najważniejszą wartością jest dostarczana treść. Przykładem pierwszego typu social mediów jest Facebook, drugiego TikTok, choć najprawdopodobniej dochodzić będzie do konwergencji, w której przeplatać się będą aspekty relacji i treści, jak to się dzieje w przypadku takich mediów jak Twitter czy LinkedIn, gdzie o wartości informacji decyduje źródło za nią stojące. Ciekawe jest jednak, w tym kontekście, inne odniesienie do myśli profesora Jerzego Kleera. Pisząc o krystalizowaniu się nowych potęg cywilizacji technologicznej wskazywał na tradycyjnego giganta – USA, któremu dynamicznie rośnie konkurent – Chiny. Przykładem tej rywalizacji jest właśnie tworzenie nowych aplikacji. Tradycyjnym, tworzonym przez Meta (czyli de facto imperium Marka Zuckerberga) czy Google, zaczyna przybywać chińskiej konkurencji (której przykładem jest TikTok). To walka o uwagę i dusze użytkowników staje się dziś głównym polem konfrontacji. Można zresztą zaobserwować jak podzielił się obecnie świat, jeśli chodzi o rodzaje użytkowanych aplikacji. Użytkownicy generalnie rozumianego świata zachodniego korzystają z przeglądarki Google, używają Facebooka. Rosja, rozumiejąc znaczenie posiadania własnych mediów rozwija takie formaty, jak przeglądarka Yandex, a komunikowanie odbywa się poprzez aplikacje VK (VKontakte). Również Chiny rozwinęły własne środowisko społecznościowe w którym WeChat, wbrew nazwie, jest nie tylko komunikatorem, ale środowiskiem umożliwiającym dokonywanie transakcji finansowych, zakupów, płatności. Dzięki swej innowacyjności jest najpopularniejszą tego typu aplikacją w Azji. Można więc przypuszczać, że już wkrótce Internet stanie się polem zacieklej rywalizacji różnych formatów starających się o zdobycie nowych użytkowników. W rywalizacji tej niebagatelnymi stają się wskazywane przez profesora Kleera chińskie atuty – większe dostosowanie władzy do działania w szybko zmieniających się warunkach oraz większe zdyscyplinowanie społeczeństwa wynikające z uwarunkowań kulturowych.

Warto, przy okazji rozważań na temat rewolucji informacyjnej, zwrócić uwagę na jeszcze jeden sygnalizowany przez profesora Kleera aspekt. Wskazując na tendencje, pisał o współistniejących obecnie trzech cywilizacjach: agrarnej, przemysłowej i informacyjnej. Stawiał jednocześnie pytanie o to, czy możliwe jest przeskoczenie fazy przemysłowej, czyli przejście z cywilizacji agrarnej w informacyjną. Otóż, jeśli analizować to tylko na gruncie korzystania z technologii mobilnych, Internetu i social mediów, to właśnie taki proces się odbywa. Według opracowań Hootsuite, dokonanych na podstawie m.in. danych ONZ, z 8 miliardów ludzi 57% mieszka w miastach; co więcej, 69% posiada telefony komórkowe (w większości smartfony), a 63% aktywnie korzysta z Internetu, w tym 59% z mediów społecznościowych. Oznacza to, że, jeśli poczynić uproszczenie i po-

przez członka społeczeństwa informacyjnego rozumieć po prostu aktywnego (a więc przyjmującego i tworzącego treści) użytkownika, to przejście ze społeczności agrarnej w informacyjną dokonuje się z chwilą skorzystania z aplikacji mobilnych. Ich intuicyjność, szeroka dostępność pozwalają na błyskawiczne stanie się aktywnym użytkownikiem. Jedyna więc przeszkoda ma charakter technologiczny i związana jest z dostępem do sieci szerokopasmowej. Tworzy to podstawy do modyfikacji założonej przez profesora Kleera ewolucji linearnej: ze społeczeństwa agrarnego w przemysłowe a potem informacyjne. Możliwe bowiem stało się istnienie w dwóch równoległych światach. Ze względu na styl życia i sposób zapewnienia własnej egzystencji ktoś może być członkiem społeczeństwa agrarnego, ale ze względu na dostęp do zasobów informacyjnych, tworzenie własnego kontentu i biegłość w korzystaniu z aplikacji być pełnoprawnym członkiem społeczeństwa informacyjnego. Świetnym przykładem mogliby tu być afrykańscy uchodźcy szturmujący bramy Europy. Z jednej strony to młodzi mieszkańcy wsi, bez wykształcenia i kapitału kulturowego; z drugiej jednak, korzystający w swej wędrówce do wymarzonej ziemi obiecaniej z możliwości swoich smartfonów, w tym nawigacji, płatności online i pozostający, dzięki nim, w swej wędrówce, w stałej komunikacji z najbliższymi.

Co jednak ważniejsze, obserwowane procesy potwierdzają tylko postawioną wspólnie przez Jerzego Kleera i Konrada Prandeckiego diagnozę chaosu związanego z przesileniem cywilizacyjnym. Jako katalizatory tego chaosu obaj badacze wskazują trzy czynniki:

- procesy naruszające obowiązujący porządek polityczno-instytucjonalny;
- braki w regularności i swoistej następczości zmian podstawowych składników cywilizacji;
- liczne warstwy społeczeństwa, które przynajmniej w swej masie nie są przygotowane mentalnie do nadchodzących zmian.

Warto przy okazji wskazać na zagrożenie związane z tym chaosem. Nietrudno bowiem w warunkach, w których dostępność informacji godzi w utrwalony obraz świata, o uczucie zagubienia, wyobcowania. Naturalną, w takich sytuacjach, u ludzi, którzy nie są od dzieciństwa przygotowywani do wizji świata wielowymiarowego, jest reakcja poszukiwania prostych i jasnych odpowiedzi na trudne i skomplikowane pytania. Odpowiedzią stają się wtedy jedna, prosta wizja świata, którą oferują fundamentalizmy religijne. Wizja, która jasno kategoryzuje ludzi. Wizja, w której nie ma miejsca na wątpliwości. Wizja, która niesie ukojenie i wytłumaczenie.

Tak więc nieoczekiwanym efektem rewolucji informacyjnej może być talebowski czarny łabędź w postaci fundamentalizmu religijnego, którego fala jest zresztą obserwowana już obecnie.

Zwykliśmy postrzegać tę falę poprzez pryzmat fundamentalizmu islamskiego, który rozwija się nie tylko na pustkowiach Afganistanu, ale jest atrakcyjny dla mieszkańców etnicznych gett na przedmieściach Paryża czy Londynu. Warto jednak zauważyć podobne tendencje w innych religiach. Idea wojującego chrześcijanina ma się dobrze w biblijnym pasie USA. To przecież populistyczne,

konserwatywne hasła antyaborcyjne przyczyniły się do sukcesu wyborczego Donalda Trumpa, fundamentalizm zaczyna grać główną rolę na izraelskiej scenie politycznej, a dwubiegunowe widzenie świata nieobce jest także tak, wydawałoby się, pokojowemu buddyzmowi, czego bolesnych skutków doznają birmańscy Rohingjowie.

Oczekiwane owoce rewolucji informacyjnej

Takie konstatacje znacząco odbiegają od nadziei, z którymi wiązano powszechny dostęp do zasobów informacyjnych, jakie niesie rewolucja informacyjna z masowym upowszechnianiem mediów społecznościowych.

Głównymi kierunkami tych nadziei były cztery czynniki:

Powszechny dostęp do informacji – dzięki upowszechnieniu technologii informacyjnej wiedza stała się dziś dobrem powszechnym i dostępnym za przyciśnięciem klawisza. Oczywiście jest dziś, że przed każdym internautą stoją zasoby największych światowych bibliotek, galerie sztuki, banki zdjęć, zasoby filmowe. Poprzez systemy dystrybucji informacji naukowej w zasięgu ręki znajdują się opracowania i raporty badawcze ze wszystkich dziedzin wiedzy, a elektroniczne wersje dostarczają dostęp do treści niemal każdego zasobów medialnych. Rozwój coraz doskonalszego oprogramowania translacyjnego powoduje, że upada także bariera językowa. Ludzkość powinna więc przeżywać niespotykany wcześniej renesans wiedzy, złoty wiek nauki i rozwoju.

Demokratyzacja dystrybucji informacji – w której każdy może być twórcą treści na równych prawach dystrybuowanej poprzez sieci społecznościowe. Taka demokratyzacja miała otwierać pole do dziennikarstwa obywatelskiego. Właściwie każdy użytkownik mediów społecznościowych dysponujący smartfonem i dostępem do sieci staje się reporterem zasilającym globalną infosferę.

Wzmocnienie pozycji klienta. Możliwość natychmiastowego zebrania potrzebnych informacji, porównania, zebrania opinii innych użytkowników, ale także przekazania własnej opinii powinna bowiem być najlepszym orężem w eliminacji z rynku dostawców niezetelnych, oferentów wadliwych i niesatysfakcjonujących towarów i usług. Co więcej, dotyczyć to powinno nie tylko rynku komercyjnych usług i towarów, ale, na przykład, specyficznego rynku politycznego. Możliwość pozyskania informacji na temat przeszłości czy sylwetki kandydata natychmiast powinna zwiększać szanse dokonywania słusznych wyborów, eliminując niewiarygodnych i niesłownych, populistycznych kandydatów.

W sumie powinno to wzmacniać społeczeństwo obywatelskie – otwarte, mające dostęp do szerokiego zasobu informacyjnego i mogącego szybko wyrobić sobie pogląd na temat oferty komercyjnej, decyzji politycznych czy wyborów ideologicznych, dotyczących na przykład problemów środowiskowych czy wyzwań cywilizacyjnych.

Rzeczywistość

Powszechny dostęp do informacji stał się, paradoksalnie, główną barierą. Zalew każdej możliwej informacji, możliwość znalezienia dowodu na każdą dowolną tezę nie uprościł, ale skomplikował ogląd świata. Okazało się, że to nie brak dostępu do źródeł, ale brak kompetencji w ich selekcji, ocenie, porządkowaniu i interpretacji jest głównym problemem. Odbiorcy postawieni wobec ogromu trudnej często w percepcji i ocenie informacji zaczęli szukać prostych, ale atrakcyjnych prawd. Efektem ubocznym stała się popularyzacja urban legends, teorii spiskowych, paranaukowej czy pseudomedycznej wiedzy. Co więcej, wiara w płaskość ziemi, toksyczność chemitrails czy alternatywnej medycyny bywa postrzegana jako dowód niezależności myślenia, autonomii intelektualnej, uwolnienia od narzuconych przez oficjalną naukę ram. Ignorancja i zabobon stały się atutem. A samej nauce nie pomagają jej fundamentalna wartość, jaką jest nieufność i gotowość na przyjęcie nowych założeń, jeśli tylko poparte będą prawidłowym materiałem dowodowym. Dla odbiorcy szukającego jasnego wytłumaczenia rzeczywistości tłumaczenie rozpoczynające się od słów „w świetle aktualnej wiedzy” jest dowodem na to, że naukowcy sami nie wiedzą. O wiele lepiej sprzedają się amatorscy guru, których pewność siebie płynie, zgodnie z prawem Krugera-Dunninga, z braku wiedzy na temat własnej ignorancji.

Równie złudną okazała się nadzieja, że zaczniemy żyć w świecie, w którym każdy element rzeczywistości stanie się częścią globalnego oceanu informacji. Tu skuteczne okazały się mechanizmy kontroli i selekcji publikowanych w sieci informacji. Przykładem może być tocząca się właśnie na Ukrainie wojna. Wydawałoby się, że przy takiej liczbie smartfonów i dostępie do szerokopasmowego Internetu świat co godzinę zaleją terabajty zdjęć i filmów dokumentujących każdy aspekt konfliktu. Tymczasem w powszechnym odbiorze funkcjonuje kilkadziesiąt ogólnych obrazów, jakby to był konflikt z okresu II wojny światowej. Jeszcze lepszym przykładem był incydent w polskiej miejscowości Przewodów, na którą spadły pociski z wojny rosyjsko-ukraińskiej. Jest niemal pewne, że miejsce eksplozji zostało sfilmowane i sfotografowane przez lokalnych mieszkańców. W światowych mediach jednak, których uwaga przez dzień skupiła się na tej jednej miejscowości, eksploatowane było tylko jedno, niewyraźne zdjęcie, ukazujące wywróconą wybuchem przyczepę i traktor.

Nie spełniła się również idea wzmocnienia pozycji klienta. Co gorsza, klient stał się jedną z ofiar rewolucji informacyjnej. Wystawiony na skutki indywidualnie targetowanego przekazu reklamowego, osaczony przez realizujących marketingowe zlecenia pseudoekspertów i influencerów, wystawiony na nieznaną wcześniej techniki manipulacji i perswazji więcej stracił niż zyskał. W zasadzie jedyną mierzalną zaletą stała się porównywarka cenowa, pozwalająca szybko oszacować najlepszą możliwą cenę. Niestety szybko okazało się, że w ten sposób eliminuje się z rynku konkurencję. Pojedynczy, lokalny sklepik nie jest bowiem w stanie rywalizować cenowo z działającym w skali globalnej i optymalizującym wszystkie koszty sprzedawcą internetowym. W ten sposób rewolucja informacyjna premiuje

ponadnarodowe korporacje, które stały się dysponentem olbrzymiej ilości informacji na temat swych klientów.

Nie spełniły się także nadzieje utworzenia społeczeństwa informacyjnego. Media społecznościowe nie stały się agorą dyskusji, ucierania się poglądów, kreowania wspólnej narracji. Nie są szkołą tolerancji i otwartości. Co gorsza, specyfika algorytmów mających generować ruch na poszczególnych social mediach nie tylko premiuje wypowiedzi radykalne, ostre, agresywne, ale i zamyka uczestników dyskursu w grupie osób podzielających te same poglądy. W ten sposób tworzone są bańki informacyjne, uniemożliwiające dyskusje i zrozumienie cudzych poglądów. To jest narzędziem polaryzacji poglądów, silnych podziałów, co z kolei prowadzi do postaw ekstremistycznych.

Coś więc, co miało służyć równemu dostępowi do pozyskiwania i przekazywania informacji oraz tworzeniu wspólnoty stało się swym przeciwieństwem. Stojące za głównymi social mediami i aplikacjami ponadnarodowe korporacje osiągnęły taki wzrost, że pozostają poza kontrolą poszczególnych rządów. Co więcej, pojawiają się podejrzenia, że ich potencjał może być skutecznie wykorzystany do kształtowania preferencji wyborców.

Jest jednak nadzieja. Pojawiające się wyniki badań potwierdzają tezę o coraz krytyczniejszym podejściu, zwłaszcza najmłodszych użytkowników, do social mediów, zwłaszcza tych firmowanych przez największych graczy. Spadki wartości posiadanych zasobów, jakie odnotował zarówno Mark Zuckerberg jak i Elon Musk pokazują, że nawet posiadając globalne zasoby informacyjne i gigantyczne możliwości przekazu, nie byli w stanie przekonać użytkowników do proponowanej przez siebie wizji rewolucji informacyjnej.

Bibliografia

- Bo, M., & Yang, W. (2022, 9). Governing via platform during crisis: People's Daily WeChat Subscription Account (SA) and the discursive production of COVID-19. *Communication Research and Practice*, strony 166–180.
- Carmigniani, J., Furht, B., Anisetti, M., Ceravolo, P., Damiani, E., & Ivkovic, M. (2011). Augmented reality technologies, systems and applications. *Multimedia Tools and Applications*, strony 341–377.
- Deszczyński, P. (2017). Konceptualizacja pojęcia ekonomia informacji – paradygmat public relations. *Studia Ekonomiczne*(313), strony 51-60.
- Hayek, F. (1945, wrzesień). The Use of Knowledge in Society. *The American Economic Review*, strony 519–530.
- Holmes, W., Persson, J., Chounta, I., Wasson, B., & Dimitrova, V. (2022). *Artificial intelligence and education: A critical view through the lens of human rights, democracy and the rule of law*. Strasburg: Council of Europe.
- Hootsuite. (2022, 12). *digital trends 2022 q4 – report*. Pobrano z lokalizacji <https://www.hootsuite.com/resources/digital-trends-q4-update>

- Janicka, I. (2012). Nowe formy komunikacji online na przykładzie niemieckiej Partii Piratów. W K. Gołata, & W. Rydzak, *Zeszyty Naukowe* (strony 131–141). Poznań: Wydawnictwo UE.
- Jemielniak, D. (2019). *Socjologia internetu*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar Sp. z o.o.
- Kaplan, M. A., & Haenlein, M. (2009). The fairyland of Second Life: Virtual social worlds and how to use them. *Business Horizons*, 52, strony 563–572.
- King, A., Kaleem, F., & Rabieh, K. (2020). A Survey on Privacy Issues of Augmented Reality Applications. *IEEE Conference on Application, Information and Network Security (AINS)*, (strony 32–40). Kota Kinabalu.
- Kleer, J., & Nawrot, K. (2018). *The Rise of Megacities Challenges, Opportunities and Unique Characteristics*. World Scientific.
- Kleer, J., & Prandecki, K. (2021). *Zmieniający się świat a globalizacja*. Warszawa: Komitet Prognoz „Polska 2000 Plus” PAN.
- Leszczyński, M. (2019). *Międzynarodowe public relations*. Poznań: Wydawnictwo Poznańskiego Towarzystwa Przyjaciół Nauk.
- MacLean, K. (2019). The Rohingya Crisis and the Practices of Erasure. *Journal of Genocide Research*, 21:1, strony 83-95. DOI: 10.1080/14623528.2018.1506628
- Nawrot, K. (2018, 5). Where the Silk Road and Amber Road meet. *China Daily*,.
- Nechushtai, E., & Lewis, S. C. (2019). What kind of news gatekeepers do we want machines to be? Filter bubbles, fragmentation, and the normative dimensions of algorithmic recommendations. *Computers in Human Behavior*, 90, strony 298–307.
- Przybylska, J., Rydzak, W., & Trębecki, J. (2021). *Communication in Internal Audit: Theory and Practice*. Warszawa: . Poznań: Wydawnictwo Poznańskiego Towarzystwa Przyjaciół Nauk.
- Rydzak, W. (2016a). Internetowe Public Relations. W *Public Relations*. (strony 138–45). Poznań: Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu.
- Rydzak, W. (2016b). Kryzysowe public relations. W P. Deszczyński, *Public Relations* (strony 113–125). Poznań: Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu.
- Rydzak, W. (2020). Wpływ digitalizacji na zmiany w sposobach powstawania i dystrybucji informacji na rynku - perspektywa mikro i makro, ze szczególnym uwzględnieniem zmian w zakresie dialogu przedsiębiorstw z interesariuszami w sytuacjach kryzysowych. W P. Deszczyński, *Ekonomia Informacji* (strony 55–70). Poznań: Wydawnictwo UEP.
- Rydzak, W. (2022). Communication in a crisis situation in developing countries. W P. Deszczyński (Red.), *Poznań School of Development Economics: Looking for Ways of Combatting Economic Under-Development* (s. 189–194). <https://doi.org/10.56091/psde2.14>
- Rydzak, W., & Verhoeven, P. (2018.). “Europejskie Trendy w Budowaniu Relacji Między Firmami a Ich Interesariuszami. W M. Kaczmarek-Sliwińska, *Relacje, media, konteksty. Praktyka komunikowania się*. (str. 150). ASPRA-JR.
- Schlösser, T., Dunning, D., Johnson, K. L., & Kruger, J. (2013). How unaware are the unskilled? Empirical tests of the “signal extraction” counterexplanation for the Dunning–Kruger effect in self-evaluation of performance. *Journal of Economic Psychology*, strony 85–100.
- Sparkes, M. (2022). El Salvador revamps bitcoin system. *New Scientist*, 253, str. 8.

- Taleb, N. N. (2020). *Czarny łabędź. Jak nieprzewidywalne zdarzenia rządzą naszym życiem*. Poznań: Zysk i s-ka.
- Trębecki, J. (2012). *Konwergencja obszarów komunikowania wewnętrznego*. Poznań: Wydawnictwo UEP.
- Trębecki, J. (2016). Personalne Public Relations. [W:] P. Deszczyński, *Public Relations*. Poznań: Wydawnictwo UEP.
- Trębecki, J. (2020). Ekonomia informacji w komunikowaniu wewnętrznym epoki mediów społecznościowych. [W:] P. Deszczyński, *Ekonomia Informacji*. Poznań: Wydawnictwo Poznańskiego Towarzystwa Przyjaciół Nauk.
- Trębecki, J., & Freitag, A. (2012). Impact of lingering crisis on the perception of Internal Communication by employees. *Comunicacao Publica*(12).
- Turner, B (2018). Trump, religion and populism. In: *Populism and the Crisis of Democracy*, Routledge, New York.
- Tworzydło, D., & Szuba, P. (2019). Podatność kryzysowa wiodących branż polskiej gospodarki, t. 20, nr 3. *Studia Medioznawcze*, 20(3).
- Woźniak-Jęchorek, B., Kuźmar, S., Rydzak, W., Fazlagić, J., Jasiczak, J., Lis, K., Shelest-Szumilas, O., Szymkowiak, A., Trąpczyński, P., (2023a). *Wpływ procesów cyfryzacji na osoby w wieku 50+, kobiety, osoby z niepełnosprawnościami oraz osoby z terenów oddalonych od ośrodków miejskich. Możliwości w zakresie mechanizmów wsparcia wyrównywania szans na rynku pracy*. Warszawa: Konfederacja Lewiatan
- Woźniak-Jęchorek, B., Kuźmar, S., Rydzak, W., Fazlagić, J., Jasiczak, J., Lis, K., Shelest-Szumilas, O., Szymkowiak, A., Trąpczyński, P., (2023b). *Impact of digitisation processes on people aged 50+, women, people with disabilities, and people from areas distant from urban centres. Possibilities for support mechanisms for equalisation of opportunities in the labour market*. Warszawa: Konfederacja Lewiatan.