

Od redakcji

Dobrodziejstw kontaktów z Google oraz ich uświadomionych i nieuświadomionych złych konsekwencji doświadczamy każdego dnia. Oferowane przez Google funkcje, choćby korzystanie z wyszukiwarki, ułatwiają pracę, naukę, organizację czasu wolnego, ale też czynią z naszej aktywności źródło głównych zasobów cyfrowej organizacji medialno-technologicznej w postaci danych, składających się na bazy danych.

Taka refleksja badacza zajmującego się humanistyczną i społeczną perspektywą zarządzania towarzyszy innym ujęciom badawczym. Google podpowiada, w którą ulicę powinniśmy skręcić, gdy zawiedzie ludzka orientacja, wspiera użytkowników i przedsiębiorstwa w zmaganiach mnożonych przez współczesny świat, dostosowując informację do naszych potrzeb. Równocześnie jednak kształtuje i kreuje owe potrzeby zgodnie z interpretacją prymatu marketingowej perspektywy w działaniu współczesnych organizacji medialnych. Badacz korzystający z teorii krytycznej dostrzega w Google monopolistę dążącego do cyfrowego *cryptopticon*. Przecież sprawuje nad nami kontrolę, czuwa nad tym, byśmy jedli, ubierali się, czytali, nie zapominając o naszych ulubionych potrawach, kolorach i autorach. Tworzy pozory altruistycznego zaangażowania, pozostając wyjątkową korporacją zarabiającą na wyszukiwarce, aby finansować kosztowne prace nad sztuczną inteligencją – taka jest istota działania Google, dziś części Alphabetu. Jak głosili już kilka lat temu zarządzający Google, przeznaczeniem wyszukiwarki jest stać się komputerem Star Treka. I trudno orzec, czy to jedynie arystotelesowska metafora, czy strategiczny cel sprawnie zarządzanej korporacji (a może jedno i drugie).

Sądzymy natomiast, że nie trzeba nikogo przekonywać, iż wielowymiarowość Google kształtująca nową kulturę algorytmiczną wymaga naukowej obserwacji i analizy. W ostatnich latach pojawiły się liczne dyskusje na temat kulturowych, społecznych i gospodarczych, a nawet politycznych skutków szybkiego postępu technologicznego: od doświadczeń Julii Angwin, próbującej (bezsukutecznie) przeżyć kilka tygodni przy zachowaniu pełnej prywatności¹, dyskusji na temat wpływu Google na

¹ J. Angwin, *Dragnet Nation: A Quest for Privacy, Security, and Freedom in a World of Relentless Surveillance*, „Colo. Tech. LJ” 2014, no 12, s. 291.

wybory polityczne (syndrom SEME)², słynnych rozważań na temat „googlokracji”³ i „googlehierarchii”⁴ czy rozważań dotyczących potencjału kreowania nowych elit⁵, przez prowokujące koncepcje „googlizacji wszystkiego”⁶, po inspirującą koncepcję „nowej logiki akumulacji”, której Google jest ikonicznym przykładem⁷.

W niniejszym tomie autorzy pytają o to, w jaki sposób Google kształtuje kierunki rozwoju, wdrażając swoje kolejne usługi, które w konsekwencji sprawiają, że trudno nam wyobrazić sobie powrót do nieodległego przecież w czasie świata bez wyszukiwarki i innych rozwiązań dostępnych w ramach Alphabetu (organizacji nadrzędnej dla Google).

Szczególnie interesujący jest więc ambiwalentny charakter Google. Ta aporetyczna relacja określa nowe pola badawcze, wymagające łączenia perspektywy humanistycznej i społecznej refleksji z zakresu zarządzania z technologiczną orientacją. Najistotniejsza w obliczu nowej medialno-kulturowej rzeczywistości wydaje się świadomość tego, czego staliśmy się częścią, i w jakim stopniu sami decydujemy o zanurzeniu w kłęczach algorytmizacji. Troska o ten aspekt łączy prezentowane teksty.

Prezentowany numer czasopisma „Zarządzanie w Kulturze” otwiera artykuł Magdaleny Szpunar *Kultura algorytmów*. Autorka pyta między innymi o oddawanie technologii decyzyjności, co z kolei prowadzi do problemu relacji władzy i dominacji. W refleksje wpleciony jest bardzo aktualny temat aktorów pozaludzkich w kontekście rozwoju sztucznej inteligencji.

Jan Kreft w tekście *Władza algorytmów mediów – między reifikacją a rynkiem* podejmuje wątek dotyczący kontroli, wskazując na złożoność problematyki algorytmów, które trudno jednoznacznie zdefiniować. Skupiając się na technologicznej niewiedzy społeczeństwa on-line, porównuje programistów do kapłanów. Ich dostęp do „tajemnicy” kształtuje nowe podziały społeczne, jest elementem proponowanej przez autora koncepcji „władzy algorytmów” cybermedialnych organizacji.

Krystyna Doktorowicz w kolejnym tekście zatytułowanym *Google dla edukacji. Beneficja i zagrożenia dla oficjalnego systemu* porusza problem polityki Google w obszarze edukacji. Przybliżony został rozwój poszczególnych narzędzi firmy adresowanych do szkół i uniwersytetów. Równocześnie Autorka podkreśla,

² Tamże.

³ C. Fuchs, *A Contribution to the Critique of the Political Economy of Google*, „Fast Capitalism” 2011, no 8(1), s. 1–24.

⁴ M. Hindman, K. Tsioutsoulouklis, J.A. Johnson, *Googlearchy: How a Few Heavily-Linked Sites Dominate Politics on the Web*, Annual Meeting of the Midwest Political Science Association, 2003, April, vol. 4, s. 1–33.

⁵ D. Neyland, N. Möllers, *Algorithmic IF... THEN Rules and the Conditions and Consequences of Power*, „Information, Communication & Society” 2017, no 20(1), s. 45–62.

⁶ S. Vaidhyanathan, *The Googolization of Everything: (And Why We Should Worry)*, Berkeley–Los Angeles 2012.

⁷ S. Zuboff, *Big Other: Surveillance Capitalism and the Prospects of an Information Civilization*, „Journal of Information Technology” 2015, no 30(1), s. 75–89.

że bezrefleksyjne posługiwanie się darmowymi funkcjami czyni użytkowników współodpowiedzialnymi za niedoskonałości Google, między innymi w tak ważnym zakresie jak ochrona danych osobowych.

Tomasz Goban-Klas w artykule *Wielka czwórka dobroczyńców naszego świata czy czterech Jeźdźców Apokalipsy? Google, Amazon, Facebook i Apple* analizuje natomiast pozycję wybranych firm, szukając nieoczywistych analogii kulturowych. Strategia ta jawi się jako oswajanie niezrozumiałego, nadawanie kategorii poznawczych przez kulturowe wzory zaskakująco dobrze przystające do globalnych korporacji.

Dalej Monika Hapek w tekście *Nadmiar wolności źródłem opresji – przyczyny fiaska serwisu społecznościowego Google+* stara się wyodrębnić czynniki niepowodzenia społecznościowego projektu Google+, porównując jego funkcjonalność z Facebookiem. Wnioski w oparciu o badania empiryczne pomagają zrozumieć porażkę Google na polu, które – jak się spodziewano – nie powinno dostarczać niespodzianek.

W ostatnim artykule *Kulturowy interfejs Google: paradygmat audiowizualności w uniwersum słowa* Justyna Skrzyplik analizuje stronę wizualną Google, podkreślając jednak, że za obrazami kryje się słowo, będące podstawą wielorakich treści generowanych przez wyszukiwarkę.

Całość uzupełnia napisana przez Agnieszkę Konior recenzja wydanej pod koniec 2017 roku książki *Artyści w przestrzeni miejskiej Krakowa i Katowic* autorstwa Moniki Murzyn-Kupisz i Jarosława Działka.

Redaktorzy numeru: dr Małgorzata Ćwikła, dr hab. Jan Kreft