

Tomasz Goban-Klas

Wyższa Szkoła Informatyki i Zarządzania w Rzeszowie

e-mail: tomaszgobanklas@gmail.com

Wielka czwórka dobroczyńców naszego świata czy czterech Jeźdźców Apokalipsy? Google, Amazon, Facebook i Apple

Widmo krąży... po świecie – widmo algorytmizacji

Abstract

The Great Four Benefactors of the World or the Four Horsemen of the Apocalypse? Google, Amazon, Facebook, and Apple

These companies operate in such a way that they monopolize, algorithmize, and monetize all the good things like the searching and collecting of user data, and then they earn money from selling this data to others.

They are the giants of money, coverage, social media use, digital economy, and market capitalization, because they capitalize not only data and information but also the value of their shares. They are the grand masters of tax optimization and the profitability of their staff's work.

For this reason, the title of the paper mentions the Horsemen of the Apocalypse. Certainly, it is hidden in the excess of information offered to the limited capacity of the human brain. The economist and the Nobel Prize winner Herbert Simon pointed out that a wealth of information is the cause of attention poverty (deficit). What about their political power and its effects? Through social media algorithms, you can influence the public opinion, which could be observed during the so-called Arab Spring or the Cambridge Analytica gate.

Keywords: Google, Facebook, Amazon, Apple, information technology companies, earnings

Słowa kluczowe: Google, Facebook, Amazon, Apple, firmy technologiczno-informacyjne, dochody

Czym są te cztery wymienione korporacje i co je łączy? Najprościej nazwać je firmami technologicznymi¹. Należy jeszcze dodać termin „informacyjne”, a również „cyfrowe” oraz „sieciowe”, aby zawęzić dział, w którym funkcjonują. Ale dlaczego tylko te cztery? Gdyż są to są giganci pieniądza, zasięgu, społecznego wykorzystania mediów, cyfrowej gospodarki.

Należałoby uwzględnić także Microsoft, ale jest to firma „stara”, założona (kto jeszcze pamięta?) w 1975 roku, więc mimo iż spełnia kryteria firmy informatycznej czy nabyła także prężny LinkedIn (biznesowa odmiana Facebooka), nie włącza się jej do tak zwanego gangu czworga, wielkiej czwórki, słowem: **The Four**, a alternatywnie **Gafa** (Google, Amazon, Facebook, Apple).

Zawarta w tytule parabola może być bardziej syntetycznie przedstawiona w przywołaniu opowieści o Ali Babie, ale nie o internetowym chińskim supersklepie, lecz o owym bajkowym bohaterze, który poznał hasło „Sezamie, otwórz się” otwierające dostęp do jaskini pełnej skarbów. Takim hasłem uzyskanym od każdej ze wskazanych czterech firm my – rzesze współczesnych Alich – otrzymujemy dostęp do wszelakich dóbr na ich platformie. A to :

- dzięki Google – do wszelakiej wiedzy;
- dzięki Apple iPhone – mobilny klucz do wszelakich aplikacji, a zatem do wszystkiego, co potrzebne, co jest pod naszą ręką (dosłownie – pod palcem);
- dzięki Amazonowi – do sklepu, w którym jest wszystko;
- dzięki Facebookowi – do dokonań i opinii naszych przyjaciół czy znajomych.

A firmy oferują te wspaniałe możliwości za darmo albo – jak w Amazonie – za przystępną cenę. Są wielkie. Wielcy dobrodzieje, ale przecież im więcej, bardziej powszechnie rozdają swe dobra, tym bardziej są majętni, supermajętni.

Jak wiecey są wiecey? Są bardzo wiecey

Wprawdzie nadal królują Microsoft i Gates – spoza czwórki – lecz Amazon i Bezos są na drugim miejscu (a niekiedy nawet zdobywają podium), Facebook i Zuckerberg mają mocne piąte miejsce, zaś dwaj założyciele Google – Page i Brin – plasują się poza pierwszą dziesiątką, ale traktowani łącznie zajęliby miejsce tuż po Amazonie. No i dziedziczka fortuny Steva Jobsa, Lauren, też ma sporą fortunę – 20 miliardów dolarów, co daje jej 40. miejsce wśród najbogatszych.

¹ Firmy takie definiuje się jako rozwijające, produkujące i sprzedające dobra i usługi, które ucieleśniają znaczący element współczesnej nauki. Ich podstawową cechą jest konwersja nauki w nową technikę i jej rynkowa komercjalizacja. Są to firmy jednocześnie wysoce innowacyjne i przedsiębiorcze. Zob. https://www.parp.gov.pl/files/74/81/105/inn_transfer_tech.pdf, s. 49 [odczyt: 15.05.2018].

Tabela 1. Cyfrowi multimiliarderzy na liście 500 najbogatszych – zestawienie na 2017 rok

Pozycja	Nazwisko	Wartość netto	Wiek	Źródło	Narodowość
#1	Bill Gates	\$86 B	61	Microsoft	USA
#3	Jeff Bezos	\$72.8 B	53	Amazon.com	USA
#5	Mark Zuckerberg	\$56 B	33	Facebook	USA
#12	Larry Page	\$40.7 B	44	Google	USA
#13	Sergey Brin	\$39.8 B	44	Google	USA
#40	Laurene Powell Jobs	\$20 B	53	Apple, Disney	USA

Źródło: <https://www.forbes.com/billionaires/list/#version:static> [odczyt: 20.12.2017]

Tabela 2. „Czwórka” na liście największych korporacji
Największe światowe spółki akcyjne według wartości rynkowej

Forbes The World's Biggest Public Companies						
Pozycja	Firma	Kraj	Obrót	Zysk	Aktywa	Wartość rynkowa
#9	Apple	USA	\$217.5 B	\$45.2 B	\$331.1 B	\$752 B
#24	Alphabet	USA	\$89.9 B	\$19.5 B	\$167.5 B	\$579.5 B
#19	Microsoft	USA	\$85.3 B	\$16.8 B	\$224.6 B	\$507.5 B
#83	Amazon.com	USA	\$136 B	\$2.4 B	\$86 B	\$427 B
#3	Berkshire Hathaway	USA	\$222.9 B	\$24.1 B	\$620.9 B	\$409.9 B
#119	Facebook	USA	\$27.6 B	\$9.5 B	\$65 B	\$407.3 B
#13	ExxonMobil	USA	\$197.5 B	\$7.8 B	\$330.3 B	\$343.2 B

Źródło: https://www.forbes.com/global2000/list/#header:marketValue_sortreverse:true [odczyt: 20.12.2017]

Jak podkreśla Reuters, kapitalizacja „wielkiej piątki” technologicznej: Alphabetu (Google), Apple, Amazona, Microsoftu i Facebooka podwoiła się w ciągu ostatnich trzech lat do ponad trzech bilionów (nie miliardów!) dolarów. I nadal rośnie, dysponując ogromnym własnym kapitałem na rozwój technologiczny i przejmowanie obiecujących start-upów. Umacnia stale przewagę konkurencyjną, legalnie i na pograniczu legalności².

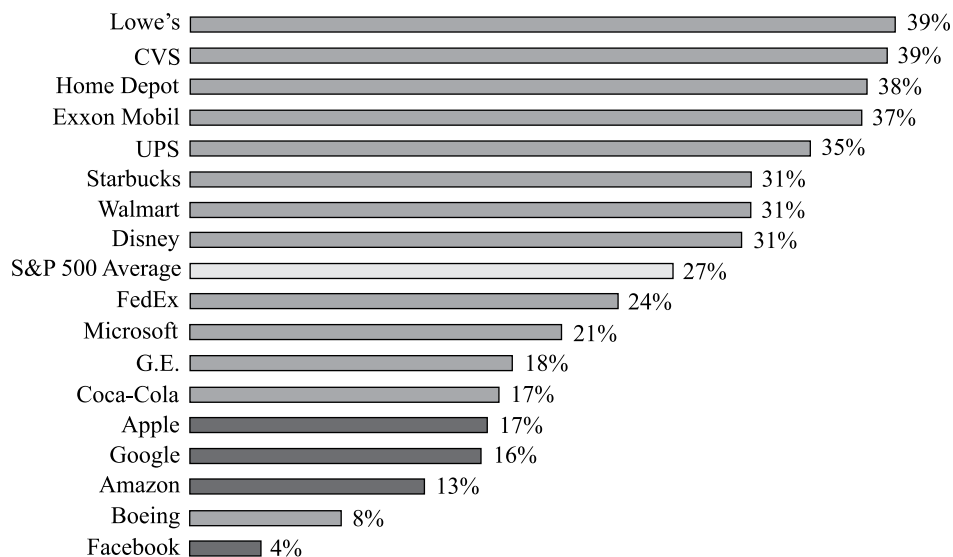
² Mało znane są formy bezpardonowej walki konkurencyjnej w dziedzinie amerykańskich wielkich mediów – wspomnę o wieloletnim sporze sądowym prawdziwego wynalazcy telewizyjnego przekazu Philo T. Farnswortha z magnatem radiowym Davidem Sarnoffem, szefem RCA (Radio Corporation of America). Wygrał oczywiście kapitał firmy, która przekształciła się w National Broadcasting System, a start-up Farnswortha upadł.

1. Porównanie kapitału wielkiej czwórki z GNP (PNB – Produkt Narodowy Brutto) państw

W ostatnich czterech latach (od 1 kwietnia 2013 do 1 kwietnia 2017 roku) czwórka powiększyła swą rynkową wartość o 1,3 biliona dolarów – czyli wartość GNP Rosji! Z takim kapitałem musi się liczyć przede wszystkim Waszyngton, ale i w świecie globalnych korporacji dominują w sposób wieloraki, między innymi wpływając na standardy i zasady zbierania i udostępniania informacji. A kto ma informację, ma także władzę.

2. Podatki

Podatki dla firm wynoszą w USA przeciętnie około 35%, natomiast stawka podatkowa Microsoftu, Facebooka i Alphabetu (Google) wynosi około 18%. Z kolei Amazon z 450 miliardami dolarów kapitalizacji rynkowej płaci zaledwie miliard dolarów podatku dochodowego. Jeszcze mniej z działalności tych globalnych firm zyskują kraje, na terenie których one działają. Unikanie podatków to ich specjalność, w której sprawdzają się lepiej niż sektor bankowy i finansowy.



Wykres 1. Podatki (państwowe, stanowe, lokalne) płacone przez firmy w USA, 2007–2015

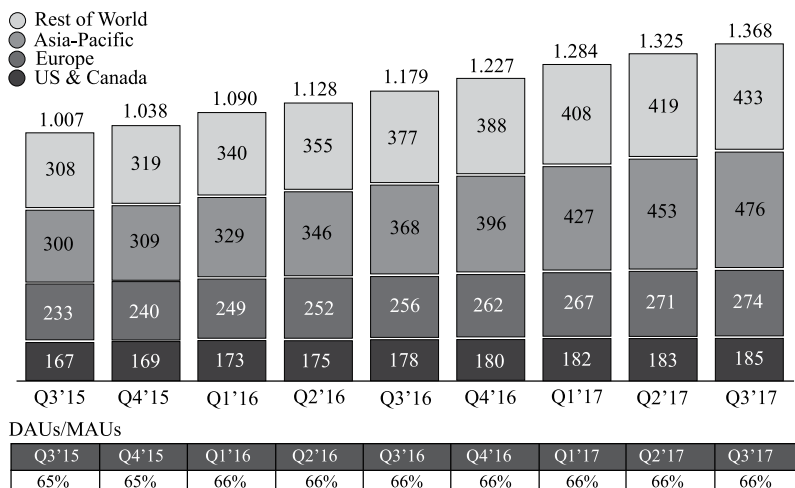
3. Zasięg i czas korzystania z produktów firm wielkiej czwórki

Facebook jest tu liderem – 1,2 miliarda użytkowników dziennie korzysta z Facebooka. Czas korzystania to około 50 minut dziennie! Pochłania 1/6 czasu on-line amerykańskim użytkownikom.

Google otrzymuje około 3,5 miliarda zapytań dziennie, odpowiada też na niezwyczajne pytania (co szóste!). Z kolei FB Messenger zajmuje drugie miejsce, a Instagram ósme na liście najbardziej popularnych aplikacji w USA.

Wskazywałem już na osobliwości ekonomiki firm informacyjno-technologicznych, jak Facebook i Google, dla których użytkownik zwany prosumentem w istocie jest pracownikiem, i to nieopłacanym, tworzącym tak zwany контент, oferowany przez firmę innym użytkownikom, którzy – jeśli tylko korzystają z oferty – pozostawiają ślady swych zainteresowań jako dane użyteczne przede wszystkim dla reklamodawców i domów mediowych. Te dane są swoistą wirtualną walutą, którą użytkownicy obdarzają swoich „dobrodziejów”.

Amazon jako sklep internetowy czerpie zyski ze sprzedaży niemal wszystkiego, a co istotniejsze dla niniejszych rozważań – obecnie ponad połowa amerykańskich internautów zaczyna poszukiwania konkretnego produktu od portalu Amazon (28% od Google, pozostali od innych portali, w tym 1% wybiera stronę danej marki). 52% Amerykanów korzysta z usługi Amazon Prime, oferującą pewne zniżki, a wkrótce głosowy asystent Alexa będzie ich przewodnikiem także po sklepie.



Wykres 2. Dzienni aktywni użytkownicy Facebooka – dane w milionach

Apple o długiej i szacownej przeszłości radzi sobie doskonale w kręgu globalnych korporacji technologicznych. Jego sztandarowy produkt, iPhone, ma tylko około 15% rynku smartfonów, ale uzyskuje 80% zysków z całego światowego rynku! Marka się ceni.

Apple w mniej widoczny sposób zarabia jednak ogromne sumy na aplikacjach i grach do swoich urządzeń. W tygodniu świątecznym 2017 roku użytkownicy Apple wydali na ten cel 890 milionów dolarów, a w Nowy Rok – kolejne 300 milionów³. Ostatnie dni 2017 i pierwszy dzień 2018 roku, żniwa marketingowe, przyniosły Apple 1,19 miliarda dolarów przychodu z gier i aplikacji.

Scott Galloway – profesor marketingu w Stern School of Business na Uniwersytecie Nowojorskim, autor książki *Wielka czwórka: Ukryte DNA Amazona, Apple'a, Facebooka i Google'a* pisze:

Powinniśmy raczej martwić się o nr 1 – jedną firmę, która zdominuje wyszukiwarki internetowe, sprzęt komputerowy i przetwarzanie w chmurze, będzie dominującym graczem na wielu różnych rynkach, a w końcu – będzie w stanie osłabiać całe sektory gospodarki wyłącznie za pomocą deklaracji, że się nimi interesuje⁴.

Firmą tą jest Amazon. Jej założyciel, Jeff Bezos, konsekwentnie inwestuje w to, co najbardziej cenią konsumenci – cenę produktu, szeroki wybór i wygodę zakupów. Amazon imponuje, a najwięcej obaw w branży budził w 2015 roku. Amerykanie częściej szukali produktów na stronie Amazona niż za pośrednictwem wyszukiwarek, w tym Google (44 do 34%). Rok później udział Amazona w tej kategorii wzrósł do 55%. Nie będzie przesadą nazwanie Amazona wyszukiwarką z podłączonym magazynem.

4. Inne dane o „dobrodziejach”

Firmy technologiczno-informacyjne zatrudniają relatywnie niewielu pracowników, ale przynoszących ogromny dochód w porównaniu do tradycyjnych przemysłowych sektorów.

Facebook w 2017 roku zatrudniał 17 048 pracowników, co daje mu udział rynkowy 20,5 miliona dolarów na osobę (dla porównania – producent samochodów General Motors ma 215 000 pracowników, lecz udział rynkowy każdego z nich zaledwie 231 tysięcy dolarów).

³ <http://next.gazeta.pl/next/7,151243,22859303,miedzy-swietami-a-nowym-rokiem-apple-zarobil-podnad-miliard-dolarow.html#Czolka3Img2> [odczyt: 15.05.2018].

⁴ S. Galloway, *The Four: The Hidden DNA of Amazon, Apple, Facebook, and Google*, New York 2017.

W kwestii produktywności i dochodowości firmy te mają więc ogromną przewagę. Są to prawdziwi giganci w zakresie kapitalizacji rynkowej, gdyż kapitalizują nie tylko dane i informacje, ale i wartość swych akcji. Są arcymistrzami dochodowości pracy swego personelu. A i mniej chwalebnie – są także arcymistrzami optymalizacji podatkowej.

Gdzie Apokalipsa?

Imiona czterech Jeźdźców w Apokalipsie świętego Jana to (kolejno): Wojna, Zaraza, Głód i Śmierć. Jakże odmiennie przedstawiają się Jobs, Bezos, Page, Zuckerberg i ich firmy – to raczej Luksus, Konsumpcja, Wiedza, Przyjaźń. Scott Galloway ukazuje w anatomicznym atlasie, gdzie kryje się powab ich informacyjnego „produktu”:

- Google – głowa, czyli wiedza i rozum;
- Facebook – serce, czyli emocje i miłość;
- Amazon – żołądek, czyli konsumpcja;
- Apple – genitalia, czyli pożądanie.

Galloway odnosi produkty Google do sfery rozumu, więc i mózgu człowieka; usługi Facebooka – do sfer relacji z innymi, a więc emocji, przyjaźni, serca. Amazon w oczywisty sposób działa w sferze konsumpcji, symbolicznie lokowanej marketingowo w żołądku. Apple – firma kojarzona z produktami masowymi, acz luksusowymi – odwołuje się do sfery pożądań, a więc w freudowskim sensie – genitalnej.

I w ten sposób ta czwórka zaspokaja wszelkie potrzeby człowieka – intelektualne, relacyjno-emocjonalne, konsumpcyjne, prestiżowo-luksusowe. Czy coś w tym złego? Są to przecież potrzeby odwieczne, siły napędowe postępu i rozwoju. A jednak ich obecne działanie wykracza poza tradycyjną sferę ludzkiego intelektu, ludzkich relacji, ludzkiej pracy i konsumpcji oraz ludzkiej zabawy, czyli poza *homo sapiens*, *homo socius*, *homo emptor*, *homo ludens*, w erę post-postczłowieka i tak zwanej sztucznej inteligencji (megainteligencji). Naukowcy zajmujący się rozwojem sztucznej inteligencji od lat starają się pominąć w swoich pracach czynnik ludzki. Chcą, by maszyny i algorytmy samodzielnie uczyły się wykonywania nowych zadań. „Firma DeepMind, należąca do Alphabetu (spółki matki Google), wykonała właśnie ważny krok w tym kierunku. To AlphaGo Zero”⁵.

Elon Musk grozi, że AI, sztuczna inteligencja, jest groźniejsza niż bomba atomowa, a Stephen Hawking uważał, że może nawet zniszczyć ludzkość. Mimo ostrzeżeń firmy technologiczne inwestują miliardy dolarów, by być pierwszymi w jej stworzeniu i wykorzystaniu.

⁵ <https://businessinsider.com.pl/technologie/nowe-technologie/alphago-zero-sztuczna-inteligencja-gra-w-go/v6s3hds> [odczyt: 15.05.2018].

Nowe technologie rozpoznawania głosu (w tym polska Iwona, rozwijana w Gdańsku przez firmę kupioną przez Amazon) w połączeniu z AI są podstawą na przykład Alexy, czyli cyfrowego głosowego osobistego asystenta od Amazona. Podobnie Siri i Cortana, cyfrowe asystentki Apple i Microsoftu, coraz sprawniej wypełniają nasze polecenia. Dzięki AI Netflix wskazuje filmy zgodne z naszym gustem, a Facebook selekcjonuje treści na naszej tablicy.

Microsoft w 2016 roku wydał „tylko” 250 milionów dolarów na SwiftKey i jej system przewidywania sekwencji wprowadzanych przez użytkowników na smartfonowych klawiaturach. Znacząca jest też inwestycja Google, który za pół miliarda dolarów przejął większość udziałów w brytyjskim start-upie DeepMind, rozwijającym uczenie maszynowe.

Również Google nie ukrywa, że sztuczna inteligencja jest dziś w jego planach rozwojowych podstawowym elementem. A oto pytanie: do jakiego celu potrzebni są pracownicy-ludzie, jeśli pracodawca może zatrudnić nie-ludzi o umyśle 100 razy wydajniejszym od człowieka? Chyba tylko po to, by nadzorowali maszyny...

Co zatem jest ową informatyczną Apokalipsą? Z pewnością jest nią nadmiar oferowanych informacji wobec ograniczonej pojemności ludzkiego mózgu. Ekonomista i noblista Herbert Simon wskazywał, że nadmiar informacji jest przyczyną ubóstwa (deficytu) uwagi⁶.

A skutek polityczny? Przez media społecznościowe i ich algorytmy można wpływać na opinię publiczną, jak na przykład w czasie tak zwanej Arabskiej Wiosny.

Firmy te monopolizują, algorytmizują, monetyzują wszystkie te dobre rzeczy, i to na nich zarabiają w następujący sposób:

- nie płacą podatków lub płacą niewielkie⁷;
- przejmują cudzą własność bez opłaty lub za niewielką opłatą – na przykład treści;
- wykorzystują pracę ochotników bez zapłaty (metoda Tomka Sawyera);
- redukują miejsca pracy, a nie tworzą ich (wkrótce eliminowanie kasjerów, ograniczenie ładowaczy etc.);
- przyczyniają się do wzrostu rozwarstwienia społecznego i biznesowego (multimiliarderzy);
- ingerują – celowo lub mimowolnie – w procesy polityczne;
- niszczą – wykupują – konkurencję, korzystając z przewagi rynkowej;
- ich algorytmy są tajne;
- zbierają dane osobiste, handlują nimi i udostępniają nieznanym podmiotom;
- stają się nie tyle gatekeeperami obiegu informacji publicznej, ile jego nowymi cenzorami.

⁶ C. Shapiro, H.R. Varian, *Potęga informacji. Strategiczny przewodnik po gospodarce sieciowej*, Warszawa 2007, s. 18.

⁷ <http://www.france24.com/en/20171004-eu-orders-amazon-pay-luxembourg-tax-bill-apple-ireland> [odczyt: 15.05.2018].

Facebook i podobne firmy/usługi w centrum swojej działalności postawiły „klasyfikowanie ludzi i informacji”. To, że widzimy takie, a nie inne artykuły w sieci jest w końcu wypadkową działania licznych algorytmów, a tak zwane *viewability* naszych postów rośnie tylko wtedy, gdy coś jest powszechnie lajkowane. Publikując negatywne/mało przyjemne (z punktu widzenia naszego środowiska) wieści, możemy być pewni, że szybko zostaną one ukryte przez system jako „niewarte pokazywania”.

Jakub Bierzyński pisze, iż

internet, wielkie osiągnięcie kultury opartej na różnorodności, staje się jej największym wrogiem, zamykając nas w złotych kłatkach automatycznie tworzonych treści. Świat cyfrowy o globalnym zasięgu zamiast ludzi łączyć, dzieli ich. Światowa sieć miała być forum wymiany myśli i idei, a stała się mechanizmem cenzury doskonałej, bo dostosowanej indywidualnie do każdego z nas⁸.

Wzorem technologii informacyjnej tych firm, ich zbierania danych i profilowania, od 2014 roku Chińska Republika Ludowa wprowadza Social Credit System, który w pełnej wersji ma działać w nieodległej przyszłości. Social Credit System ma pozwolić na ocenianie „wiarygodności” każdego obywatela. System oceny cały czas jest dopracowywany, ale jego trzonem jest pięć czynników uwzględniających aktywność człowieka zarówno w sferze on-line, jak i off-line. Wizja Wielkiego Brata Orwella z *Roku 1984* ma ziścić się w Chinach w 2020 roku. Wysoka ocena wiąże się z licznymi udogodnieniami, gorsza nota oznacza przykładowo utrudnienia w podróżowaniu, a w przyszłości nawet zakaz wstępu w niektóre miejsca lub wolniej działający internet.

W podręczniku *Potęga informacji. Strategiczny przewodnik po gospodarce sieciowej* dwaj autorzy, Carl Shapiro i Hal R. Varian, omawiają mechanizmy ekonomiczne, które pozostają niezmiennie i od lat decydują o sukcesach bądź porażkach firm⁹. Są zdania, że „nowa gospodarka” nie wymaga stworzenia „nowej ekonomii”, lecz jedynie zapoznania się z pewnymi prawami rynku, niemniej wiele stwierdzeń, jak jej koszt (duży w przypadku powstania, niski – niemal zerowy – w reprodukcji), odnosi się do osobliwości rynku informacji. Ciekawy dla medioznawców jest efekt „zamknięcia” użytkownika w oferowanym systemie medialnym, słynny – już nieaktualny na szczęście – przykład to powiązanie Windows wyłącznie z przeglądarką Internet Explorer. Apple w dużej mierze nadal „zamyka” swych użytkowników z jego produktami zarówno sprzętowymi, jak i softwarowymi.

⁸ J. Bierzyński, *Ludzie w bańce*, <http://www.newsweek.pl/plus/polska/internet-dzieli-polakow-nowe-technologie-a-polityka,artykuly,417861,1,z.html> [odczyt: 15.05.2018].

⁹ C. Shapiro, H.R. Varian, *Potęga informacji...*

Istotne są również uwagi autorów na temat zasad konkurencyjności, monopolizacji oraz praw własności intelektualnej, jak też standardów sprzętu i oprogramowania, niezbędne dla zrozumienia zasad polityki regulacyjnej państwa (w istocie Stanów Zjednoczonych) mających wpływ na kształtowanie środowiska medialnego.

Google Inc. definiuje siebie jako orędownika wolności i demokracji, broniącego swobodnego dostępu do informacji. Okazuje się jednak, że nie do każdej, jak na przykład tej dotyczącej liczby swoich pracowników. Jak podaje autor, firma działa w pewien sposób jak sekta – wszyscy są tutaj entuzjastami i nikt nie wypowiada negatywnych opinii. Gdy ktoś obcy próbuje pozyskać od nich informacje, nie spotka się z komentarzami poza oficjalną linią. Wyposażenie siedziby Google jest spektakularne. Firma robi, co może, by pracownik nie porzucił miejsca pracy, by nawiązał bliższe związki ze współpracownikami i nawet wolny czas spędzał na jej terenie, przez co staje się centrum życia pracownika. Cele Google, czyli przede wszystkim ogromne powiązanie pracownika i pracodawcy, od razu nasuwają skojarzenia z fabrykami z komunistycznych ustrojów¹⁰.

Więcej ich grzechów nie pamiętam.

A mimo to

Potrzebujemy ich, korzystamy z nich, wykorzystujemy ich, a nawet... kochamy ich.

Jesteśmy w ich „Zaklętym Kręgu”¹¹. Każdego dnia średnio 2500 razy dotykamy ekranu swojego telefonu. Czyli około 100 razy częściej niż naszych ukochanych – twierdzą znawcy tematu¹². Ile z tych dotknięć niesie z sobą konkretną wartość? Niemniej stale pamiętajmy – my nie jesteśmy rybą, jesteśmy przynętą¹³.

Mirosław Gryń i Ewa Wilk w artykule *Oprogramowani inaczej* w tygodniku „Polityka” zastanawiają się, dlaczego we współczesnym świecie ludziom tak trudno przychodzi porozumienie?

Być może ludzkość stoi dziś na progu ery autyzmu: coraz częściej będziemy świadkami ekscentrycznych zachowań, swoistego nieprzystosowania do świata, ucieczek w prywatność, do której inni – starannie wyselekcjonowani – będą wpuszczani tylko za pośrednictwem mediów.

¹⁰ <http://opetaniczytaniem.pl/recenzje/tajemnice-googlea-alejandro-suarez-snchez-ocaa-bello-na-2013.html> [odczyt: 14.05.2018].

¹¹ Tytuł książki i filmu *Circle*, obrazujących integrację technologii firmowej i ich pracowników oraz użytkowników.

¹² <http://www.polityka.pl/tygodnikpolityka/spoleczenstwo/1722712,1,za-co-czytelnicy-cenia-aplikacje-fiszki-polityki.read> [odczyt: 15.05.2018].

¹³ A. Suárez Sánchez-Ocaña, *Tajemnice Google a Wielki Brat ery informatycznej*, Warszawa 2013.

Coraz trudniejsze stawać się będą bezpośrednie kontakty człowieka z człowiekiem, choć jednocześnie niebywały postęp technologiczny da pozór kontaktu wszystkich ze wszystkimi¹⁴.

Pamiętaj: „Nie jesteś rybą, jesteś przynętą”, jak przypomina w książce o sekretach Google Alejandro Suárez Sánchez-Ocaña¹⁵. A warto też przytoczyć słynny werset Laokoona, kiedy Trojanie jako dar wciągnęli do miasta imponującego drewnianego konia, tyle że wypełnionego greckimi żołnierzami:

Timeo Danaos et dona ferentes
„Obawiam się Greków, nawet gdy przynoszą dary”

Post scriptum

Media współczesne zmieniają się szybko. Bardzo szybko. Niedawno były nowe, teraz – jak nazwał je już kilka lat temu Paul Levinson – nowe nowe (*new new media*). Tak też zmieniają się cztery wymienione w tytule firmy – Google, Amazon, Facebook i Apple. Z małych firm sprzed lat w dwie dekady (trzy – gdy chodzi o Apple, a jedną w przypadku Facebooka) stały się niemal monopolistycznymi gigantami w swym zakresie, w tym zbierania informacji o użytkownikach. I ich udostępniania – czytaj: sprzedawania – różnym innym firmom, które wykraczają poza aprobowane społecznie podsuwanie reklam handlowych, stając się agendami politycznego oddziaływania. A to już za dużo – ujawnienie tej praktyki doprowadziło w 2018 roku założyciela i prezesa Facebooka, Marka Zuckerberga, przed połączone dwie komisje Kongresu Stanów Zjednoczonych w celu złożenia wyjaśnień i podjęcia działań naprawczych.

Przed Kongresem Zuckerberg gęsto, ale i ogólnikowo tłumaczył się z tego, jak doszło do niezgodnego z regulaminem serwisu udostępnienia danych, być może nawet 87 milionów użytkowników Facebooka, firmie Cambridge Analytica, która następnie użyła ich w celu profilowania propagandowych reklam ukierunkowanych na określone grupy użytkowników podczas prezydenckiej kampanii wyborczej w USA z 2016 roku.

Szef Facebooka wielokrotnie zapewniał, że „jest mu naprawdę przykro” z powodu „poważnego naruszenia zaufania” i wykorzystania danych użytkowników.

Ci z kolei oddolnie w 2018 roku ustanowili 11 kwietnia jako Dzień bez Facebooka. To akcja bojkotująca największy na świecie serwis społecznościowy oraz inne należące doń aplikacje – Instagram, WhatsApp czy Messenger. Data została wybrana celowo. W tym dniu Mark Zuckerberg, twórca Facebooka, zeznawał w Kongresie. Akcja została oznaczona hashtagiem #faceblock. Nie wymaga likwidacji konta

¹⁴ Polityka Sp. z o.o. S.K.A. „Polityka” 41.2017 (Kindle locations 1195–1199).

¹⁵ A. Suárez Sánchez-Ocaña, *Tajemnice...*, s. 67.

w serwisie, lecz tylko niekorzystania z niego przez jeden dzień, aby zasygnalizować swe zastrzeżenia co do sposobu zarządzania danymi przez firmę Zuckerberga¹⁶.

W Kongresie Zuckerberg zapytany o to, czy Facebook, który jest największym na świecie serwisem społecznościowym, zawsze będzie darmowy, powiedział sprytnie: „Zawsze będzie taka wersja Facebooka, która będzie darmowa. Naszą misją jest łączenie ludzi na całym świecie i zbliżanie ich do siebie; uważamy, że aby to robić, musimy zapewniać serwis, na który każdy może sobie pozwolić”. Dopuszcza zatem wersję płatną, *Facebook premium*.

Rozpoczynając zeznania, Zuckerberg złożył osobiste i oficjalne przeprosiny za popełnione przez jego firmę błędy dotyczące niewystarczającej ochrony danych użytkowników i politycznej manipulacji.

Dzisiaj jest jasne, że nie zrobiliśmy dosyć, by zapobiec niewłaściwemu wykorzystywaniu tych narzędzi. [...] Nie mieliśmy dostatecznie szerokiego spojrzenia na naszą odpowiedzialność i był to wielki błąd. Był to mój błąd i jest mi przykro – powiedział Zuckerberg, odczytując przygotowane wcześniej oświadczenie. Wyjaśnił, że chodzi o fake newsy, zagraniczne interwencje w wybory, mowę nienawiści, ochronę danych.

W sprawie światowej ochrony danych użytkowników Zuckerberg był bardzo wstrzemięźliwy. 25 maja 2018 roku zaczęło obowiązywać w Unii Europejskiej RODO (GDPR), czyli nowe rozporządzenie dotyczące ochrony danych osobowych. Szef Facebooka pomijał kwestię jego wdrożenia w działania firmy w Europie¹⁷.

Aspekt ekonomiczny podjął senator Lindsey Graham, który dopytywał, czy firma Zuckerberga ma jakąkolwiek konkurencję. A gdy Zuckerberg nie potrafił nic sensownego odpowiedzieć, spytał wprost, czy to nie jest po prostu monopol.

„Ja nie mam takiego poczucia” – próbował uciec od jasnej deklaracji prezes Facebooka.

Broniąc przed zarzutem monopolu swej firmy, dorzucił, iż „Apple nie jest od nas w niczym lepszy, a osłabienie lub podział Facebooka tylko wzmocniłyby chińskich konkurentów”.

„Dlaczego powinniśmy pozwolić takiej ogromnej firmie na samoregulację?” – drążył senator Graham.

„Moim zadaniem prawdziwe pytanie brzmi: co jest dobrą regulacją?” – znowu unikał odpowiedzi Zuckerberg i zaproponował, że jego zespół zgłosi się do senatora z pakietem propozycji takich przepisów.

¹⁶ <http://wiadomosci.dziennik.pl/swiat/artykuly/572416,mark-zuckerberg-zeznanie-komisja-senat-usa.html> [odczyt: 15.05.2018].

¹⁷ <https://www.theverge.com/2018/4/10/17222546/facebook-mark-zuckerberg-senate-hearing-notes-cambridge-analytica-privacy> [odczyt: 10.04.2018].

Nic dziwnego, że uciekał od jasnych odpowiedzi. Groźba użycia wobec Facebooka prawa antymonopolowego jest głównym powodem, dla którego Zuckerberg zdecydował się na osobiste zeznania przed senatem¹⁸.

Bibliografia

- Galloway S., *The Four: The Hidden DNA of Amazon, Apple, Facebook and Google*, New York 2017.
Shapiro C., Varian H.R., *Potęga informacji. Strategiczny przewodnik po gospodarce sieciowej*, Warszawa 2007.
Suárez Sánchez-Ocaña A., *Tajemnice Google a Wielki Brat ery informatycznej*, Warszawa 2013.

Źródła internetowe

- Bierzyński J., *Ludzie w bańce*, <http://www.newsweek.pl/plus/polska/internet-dzieli-polakow-nowe-technologie-a-polityka,artykuly,417861,1,z.html> [odczyt: 15.05.2018].
Kędzierski R., *Między Świętami a Nowym Rokiem Apple zarobił ponad miliard dolarów. Nie na iPhone'ach*, <http://next.gazeta.pl/next/7,151243,22859303,miedzy-swietami-a-nowym-rokiem-apple-zarobil-ponad-miliard-dolarow.html#Czolka3Img2> [odczyt: 15.05.2018].
Turek A., *Sztuczna inteligencja nauczyła się gry w go bez pomocy ludzi. To może być naukowy przełom*, <https://businessinsider.com.pl/technologie/nowe-technologie/alphago-zero-sztuczna-inteligencja-gra-w-go/v6s3hds>. [odczyt: 20.12.2017].
<https://www.forbes.com/billionaires/list/#version:static> [odczyt: 20.12.2017].
https://www.forbes.com/global2000/list/#header:marketValue_sortreverse:true [odczyt: 20.12.2017].
<http://www.france24.com/en/20171004-eu-orders-amazon-pay-luxembourg-tax-bill-apple-ireland> [odczyt: 15.05.2018].
<http://opetaniczytaniem.pl/recenzje/tajemnice-googlea-alejandro-suarez-snchez-ocaa-bello-na-2013.html> [odczyt: 15.05.2018].
https://www.parp.gov.pl/files/74/81/105/inn_transfer_tech.pdf [odczyt: 15.05.2018].
<https://www.polityka.pl/tygodnikpolityka/spoleczenstwo/1722712,1,za-co-czytelnicy-cenia-aplikacje-fiszki-polityki.read> [odczyt: 15.05.2018].
<https://www.theverge.com/2018/4/10/17222546/facebook-mark-zuckerberg-senate-hearing-notes-cambridge-analytica-privacy> [odczyt: 10.04.2018].
<http://wiadomosci.dziennik.pl/swiat/artykuly/572416,mark-zuckerberg-zeznanie-komisja-senat-usa.html> [odczyt: 15.05.2018].

¹⁸ Tamże.