

Marta Juza*

Uniwersytet Pedagogiczny im. KEN w Krakowie

ORCID: 0000-0003-1589-9226

POSTAWY POLSKICH UŻYTKOWNIKÓW INTERNETU WOBEC NADZORU OBECNEGO W SIECI

W ostatnich latach w debacie publicznej poświęca się wiele uwagi kwestiom związanym z wykorzystywaniem internetu w celu zbierania danych osobowych, co można nazwać internetową inwigilacją lub nadzorem. Nadzór ten może być prowadzony w różnych celach przez różne podmioty prywatne i publiczne. W odróżnieniu od dawnego panoptycznego modelu nadzoru, jednostki obecnie same chętnie poddają się obserwacji. Badania dotyczące postaw związanych z internetową inwigilacją przeprowadzono w 2017 i 2019 roku. Ujawniły one dość dużą skłonność badanych do poddawania się obserwacji, zmniejszający się poziom związanego z nią lęku i zwiększający się poziom nadziei na pewne korzyści, a także wiedzy na temat internetowej inwigilacji. Jej stosowanie w pewien sposób dowartościowuje też znaczną część respondentów. Nasuwają się wnioski, że użytkownicy akceptują internetowy nadzór, chętnie mu się poddają, ale i oczekują jakiejś rekompensaty w zamian za ujawniane przez siebie informacje, ponieważ wiedzą, że stanowią one źródło zysku nadzorujących.

Słowa kluczowe: internet, dane w formie cyfrowej, nadzór, dyscyplina, rządomyślność

WPROWADZENIE

Kwestia nadzoru bądź inwigilacji, czyli pozyskiwania danych o ludziach¹ przy użyciu technologii cyfrowych, zwłaszcza internetu, jest uznawana w ostatnich latach za jeden z najważniejszych problemów społecznych. Wykorzystanie tych technologii staje się bowiem coraz powszechniejsze. Według raportu Global Digital w 2019 roku liczba użytkowników internetu na świecie sięgnęła 5,11 miliarda, a tzw. mediów społecznościowych (*social media*) 3,26 miliarda². Za pośrednictwem tych technologii przesyła się każdego dnia biliony

* Adres do korespondencji: Marta Juza, Uniwersytet Pedagogiczny im. KEN w Krakowie, Katedra Socjologii Komunikowania, Organizacji i Zarządzania, ul. Podchorążych 2, 30-084 Kraków; e-mail: socjonetka@agh.edu.pl.

¹ Pojęcia nadzoru i inwigilacji są w przypadku analizowanych przeze mnie kwestii właściwie tożsame, co odzwierciedla będące ich synonimem angielskie i francuskie słowo *surveillance*. W obu przypadkach chodzi o obserwację i zbieranie informacji na temat przynajmniej niektórych cech osób, które są poddane tej praktyce. W tym artykule posługuję się jednak głównie pojęciem nadzoru ze względu na polski tytuł dzieła Michela Foucaulta *Nadzorować i karać* (Foucault 1998a) kluczowego dla moich rozważań.

² Por. <https://mobirank.pl/2019/02/01/raport-mobile-i-digital-na-swiecie-w-2019-roku/> [24.08.2019].

informacji, które stanowią znakomite źródło wiedzy o ludziach, cennej dla ośrodków rządzących, prywatnych firm i innych podmiotów. Nowoczesne narzędzia pozwalają wszystkie te informacje zestawić, przeanalizować i wyciągnąć istotne wnioski.

Znaczna część ruchu w internecie odbywa się obecnie za pośrednictwem kilku serwisów będących własnością prywatnych korporacji³. Pierwsze skrzypce grają tu koncerny Google (a dokładniej Alphabet, ponieważ taką nazwę holding ten nosi od 2015 roku), właściciel m.in. popularnej wyszukiwarki, serwisów z elektronicznymi mapami i tłumaczeniami oraz serwisu YouTube, i Facebook, właściciel m.in. najpopularniejszego na świecie serwisu społecznościowego, komunikatorów Messenger i WhatsApp oraz serwisu ze zdjęciami Instagram. Oba te koncerny wraz z dwiema innymi firmami – Amazonem mającym dominującą pozycję w globalnym handlu internetowym oraz Apple’em zapewniającym w dużej mierze infrastrukturę dla internetu mobilnego – tworzą oligopol nazywany w dyskursie publicznym GAFA (od pierwszych liter z nazw tych firm), który kontroluje gros internetowego ruchu.

Korporacje te gromadzą gigantycznie ilości danych na temat użytkowników internetu (nie tylko swoich usług), dysponują też najlepszymi technologiami do przetwarzania pozyskanych informacji. Praktyka gromadzenia danych o aktywności użytkowników jest na stronach internetowych powszechna, o czym można się przekonać, chociażby otrzymując w Europie informacje o stosowaniu przez strony WWW plików *cookies*. Nie zawsze jest ona regulowana czy nawet kontrolowana przez państwa, które skądinąd chętnie korzystają niekiedy z danych zgromadzonych przez korporacje (o czym jest mowa poniżej). Podmioty prowadzące internetową inwigilację mają bowiem możliwość wymieniania się zebranymi informacjami. Użytkownik internetu nigdy zatem nie wie do końca, kto zbiera jego dane i w jakim celu. Jest to możliwe ze względu na globalny charakter największych przedsięwzięć internetowych oraz na brak w wielu krajach odpowiednich regulacji prawnych bądź niemożność ich wyegzekwowania. Internetowa inwigilacja, jakkolwiek bardzo często nagłaśniana w mediach, otoczona jest nimbem tajemnicy. Tym bardziej niepokojące są ujawniane co jakiś czas związane z nią afery. W 2013 roku informatyk z CIA Edward Snowden zdradził, że amerykański wywiad (NSA) zyskiwał dostęp m.in. do danych zgromadzonych na temat użytkowników przez najważniejsze serwisy internetowe, takie jak: Google, Facebook, Apple, Microsoft, Yahoo. W 2018 roku inny sygnalista (*whistleblower*) Christopher Wylie ujawnił wyciek danych użytkowników Facebooka, które posłużyły tzw. mikrotargetowaniu, czyli wysyłaniu spersonalizowanych komunikatów do wyselekcjonowanych osób, co miało się jakoby przyczynić do uzyskania w wyborach wyników korzystnych dla podmiotów wykorzystujących tę praktykę (tzw. afera Cambridge Analytica). Okazuje się zatem, że internetowa inwigilacja nie tylko narusza prywatność użytkowników, ale może też mieć dalekosiężne skutki, dotyczące nie tylko internetu i nie tylko jego użytkowników.

³ <https://www.alexa.com/topsites> [26.02.2020]. Największą popularnością cieszą się obecnie serwisy Google i YouTube (będące własnością tego samego koncernu), następnie chińskie serwisy: pocztowy Tmail, Baidu oraz Qq, szósty natomiast jest Facebook. Ogromna popularność chińskich serwisów (zajmują one także kolejne cztery pozycje) wynika z liczby ludzi posługujących się językiem chińskim, nie wykracza ona jednak poza krąg kulturowy związany z tym językiem. Problem internetowego nadzoru dotyczy oczywiście również ich, przy czym jest on podporządkowany raczej celom politycznym niż komercyjnym.

W świetle tych faktów jest interesujące, jakie postawy wobec internetowego nadzoru (a pośrednio także wobec internetowej prywatności, jako że nadzór stanowi przede wszystkim właśnie naruszenie prywatności) mają sami użytkownicy sieci: co wiedzą na jego temat, co o nim sądzą, co czują i czy sami podejmują działania, które mu następnie podlegają. Pytania badawcze są więc ukierunkowane na wszystkie trzy wymiary postaw: poznawczy (w skład którego wchodzi przekonania i wiedza o obiekcie postawy, w tym przypadku o nadzorze; por. Marody 1976: 18), emocjonalny i behawioralny. Badania, które miały przynieść odpowiedzi na te pytania, przeprowadziłam dwa razy. Po raz pierwszy w lipcu 2017 roku – stanowiły one wówczas część szerszych badań na temat wolności i nadzoru obecnych w komunikacji internetowej. Ich wyniki zostały zawarte w książce *Między wolnością a nadzorem. Internet w zmieniającym się społeczeństwie* (Juza 2019). Po raz drugi zostały one przeprowadzone w lipcu 2019 roku. Wykonano je według takiej samej metodologii (taka sama liczebność i dobór próby, takie same pytania w kwestionariuszu ankiety⁴). Wykonałam je, aby sprawdzić, czy po tych dwóch latach wyniki będą się znacząco różnić. Było to przypuszczenie o tyle zasadne, że w mediach pojawiała się wówczas wiele informacji i analiz na temat tego typu praktyk prowadzonych przez różne podmioty, głównie korporacje internetowe. Najważniejszym impulsem do tych medialnych dyskusji była afera Cambridge Analytica.

KLASYCZNE UJĘCIE PROBLEMATYKI NADZORU I DYSCYPLINY

Dla wszystkich obecnych w naukach społecznych rozważań na temat nadzoru oczywistym punktem odniesienia jest myśl francuskiego uczonego Michela Foucaulta, a dokładniej jego dzieło *Nadzorować i karać* (Foucault 1998a). Nadzór w jego ujęciu polega na obserwowaniu i kontrolowaniu poczynań ludzi. Jest ściśle powiązany z dyscypliną, czyli taką formą władzy, która dąży do urobienia podporządkowanych jej jednostek lub grup w pożądanym przez siebie sposób. Władza dyscyplinarna nie jest celem samym w sobie, stanowi raczej środek do osiągnięcia innych celów. Działa, aby skłonić ludzi do podejmowania określonych aktywności, w określonym czasie, rytmie i porządku, a w efekcie skuteczniej osiągać cele zdefiniowane przez rządzących. Początkowo Foucault analizował dyscyplinę, która dążyła do fizycznego umiejscowienia ciał poddanych i uregulowania wykonywanych przez nich czynności w takich układach instytucjonalnych, jak wojsko, szpitale, szkoły, więzienia, fabryki. Później wskazywał na to, że dyscyplina jest w istocie zjawiskiem uniwersalnym i występuje także w innych obszarach życia społecznego.

Nadzór i dyscyplina w ujęciu Foucaulta są ściśle ze sobą związane. Sam fakt nadzorowania osób ma skłaniać je do zachowań zgodnych z oczekiwaniami władzy. Nie wydaje się to oczywiste, ale dorobek socjologii i psychologii społecznej wskazuje, że takie przypuszczenie jest jak najbardziej zasadne. Klasyyczny eksperyment Solomona Ascha (2002) na temat

⁴ Kwestionariusz wyglądał jednak nieco inaczej pod względem technicznym, co mogło wpływać na większe bądź mniejsze prawdopodobieństwo pojawienia się danej odpowiedzi. Jest to jeden z kilku powodów, dla których nie można łatwo porównywać wyników z obu edycji i wyprowadzać wniosków o zmianie postaw użytkowników internetu.

konformizmu pokazuje, że sam fakt obserwowania działań jednostek przez innych ludzi skłania je do określonego sposobu postępowania. W tym badaniu konformizm był rozumiany jako zmiana zachowania bądź opinii pod wpływem nacisku ze strony grupy, przy czym nacisk ten był bardziej wyobrażony niż rzeczywisty. Przypuszczalną przyczyną zmiany opinii przez badanych w tym eksperymencie była właśnie obawa przed spodziewaną nieprzychylnością ze strony grupy niż pragnienie podjęcia słusznej decyzji czy zachowania się we „właściwy” sposób (Aronson 1997: 36–37). Sam fakt bycia obserwowanym powodował więc zmianę zachowania jednostki.

Konformizm w ujęciu socjologicznym może być zaś rozumiany jako skłonność ludzi do postępowania zgodnie z normami społecznymi (Sztompka 2003: 280). Władzą stanowiącą i narzucającą normy byłoby w takim przypadku po prostu społeczeństwo. Przez swoich przedstawicieli sprawdza ono również, czy jednostki tych norm przestrzegają, i dysponuje szerokim repertuarem sankcji, których zastosowanie ma skłonić jednostki do konformizmu. Jego poziom wzrasta, gdy osoby podlegają obserwacji i wiedzą o tym. Na tym między innymi opiera się nadzwyczajna skuteczność kontroli społecznej w społecznościach typu *Gemeinschaft* (Tönnies 1988)⁵, gdzie obserwacja innych osób ma charakter nieustanny, bezpośredni, nadzorowaną jednostkę z nadzorującymi łączą silne więzi społeczne, znają oni też nawzajem wszystkie aspekty swojej tożsamości. W takich małych wspólnotach jak wiejska społeczność sąsiedzka „wszyscy widzą, jaki kto jest, a widząc, osądzają” (Szacka 2003: 160).

W społeczeństwie nowoczesnym, w którym *Gemeinschaft* przestała być typowym wzorem integracji społecznej, a ludzie coraz częściej żyli w skupiskach, w których pozostawali wobec siebie całkiem anonimowi albo znali tylko niektóre aspekty swojej tożsamości, wzrosło znaczenie kontroli pośredniej i formalnej, posługującej się zazwyczaj jakimś aparatem nadzoru. W tej sytuacji musiała pojawić się osobna kategoria osób zajmujących się nadzorem i posługujących się w tym celu specjalnie skonstruowanymi narzędziami. Zarówno kontrolująca cały ten system władza dyscyplinarna, jak też personel zajmujący się nadzorem i podlegające mu jednostki były wobec siebie anonimowe. W tej sytuacji „ćwiczenie dyscypliny wymaga urzędzenia, które wywiera presję za pomocą gry spojrzeń – aparatury, gdzie techniki umożliwiające widzenie indukują skutki zamierzone przez władzę” (Foucault 1998a: 186). Miałyby one stanowić ekwiwalent bezpośredniej obserwacji w kontaktach twarzą w twarz, ale z założeniem, że obserwowany nie widzi obserwującego.

Takim urządzeniem miał być wedle Foucaulta panoptikon. Był to teoretyczny model więzienia zaproponowany w XVIII wieku przez Jeremy’ego Benthama. Miałyby się ono składać z budynku, w którego środku znajdowałaby się wieża obserwacyjna. Budynek byłby podzielony na przeszklone cele dla więźniów, a w wieży znajdowałby się nadzorca. Więźniowie nie mieliby możliwości, aby dostrzec strażnika, nie wiedzieliby również, czy i kiedy są obserwowani, ale wiedzieliby, że mogą być zauważeni w każdym momencie. Ten projekt nie doczekał się nigdy praktycznej realizacji, ale stał się dla Foucaulta metaforą wszelkich

⁵ Takie podejście koresponduje z postrzeganiem przez Foucaulta zjawiska władzy, która, jego zdaniem, jest w zbiorowościach ludzkich wszechobecna i sprawowana niejako przez wszystkich nad wszystkimi (por. np. Foucault 1998b: 37–39). Zbliża to tak rozumiane pojęcie władzy do pojęcia kontroli społecznej (Szacki 2002: 904).

układów społecznych, w których ludzie są nadzorowani przez zewnętrzną, anonimową siłę, której nie kontrolują. Taki klasyczny model nadzoru nazywany jest często panoptycznym, a samo pojęcie panoptikonu stało się powszechnie używane, także w języku potocznym, dla opisu różnych sytuacji społecznych, w których ludzie są obserwowani. Panoptyczny nadzór, jak też związana z nim dyscyplina, budziły przy tym lęk, były postrzegane jako uciążliwość, a nawet brutalne naruszenie ludzkiej wolności i prywatności. Sam Foucault zauważał, iż panoptikon jest pułapką. Na takim panoptycznym nadzorze opierała się władza Wielkiego Brata opisana w słynnej antyutopii George'a Orwella *Rok 1984* (Orwell 2013). Ta literacka figura ucieleśnia lęki społeczeństwa nowoczesnego przed permanentną inwigilacją ze strony anonimowych systemów, utożsamianych zwykle z państwową opresją⁶.

NOWY NADZÓR I NOWOCZESNE TECHNOLOGIE INFORMACYJNO-KOMUNIKACYJNE

Panoptyczny model nadzoru stanowi punkt wyjścia dla analiz wszelkich jego form, także tych charakterystycznych dla współczesnego społeczeństwa. Jest jednak oczywiste, że dzisiejszy nadzór pod wieloma względami odbiega od klasycznego modelu zaproponowanego przez Foucaulta. Gary Marx (2002) wymienia szereg różnic pomiędzy współczesnym „nowym nadzorem” a nadzorem tradycyjnym. Na plan pierwszy spośród nich wysuwa się wykorzystanie w tym nadzorze nowoczesnych środków technicznych. W dzisiejszym świecie oznacza to przede wszystkim różne technologie cyfrowe, w tym także internet. To one są wykorzystywane, aby pozyskiwać, przetwarzać i przechowywać informacje o nadzorowanych, a także analizować je i zestawiać ze sobą wielkie zbiory danych (*Big Data*) (Mayer-Schönberger i Cukier 2017). Odchodzi więc w przeszłość model oparty na bezpośredniej obserwacji nadzorowanych. Klasyczny panoptikon ustępuje miejsca zjawisku *dataveillance*, czyli nadzorowi sprawowanemu przy użyciu zbierających informacje o osobach elektronicznych baz danych i technik ich przetwarzania (Clarke 1988; por. też Clarke 2016). Taki nadzór oparty na danych i wykorzystujący środki techniczne może być również prowadzony zdalnie, na odległość. Nie musi mieć też konkretnego celu, dane są często zbierane w wielkiej ilości niejako „na wszelki wypadek”. Nadzór taki towarzyszy jednostkom nieustannie, staje się wszechobecny i do głębi przenika tkankę społeczną (por. van Dijck 2014: 205; Andrejević 2012: 86).

Dzieje się tak także dlatego, że rozszerza się krąg podmiotów, które praktykują nadzór. W warunkach globalizacji może on być sprawowany nie tylko przez te tradycyjnie wykorzystujące nadzór, takie jak państwo i jego instytucje (jawne i tajne) czy prywatne firmy. Dla tych ostatnich dane zebrane na temat swoich klientów czy użytkowników ich usług stają się podstawą ich zysku, tak jak produkcja przemysłowa była nią dla przedsiębiorców epoki industrialnej. Bezprecedensowo zwiększa się przy tym obecnie nie tylko wolumen danych, ale

⁶ Mniej przerażająca wydawała się natomiast równie wszechogarniająca i skuteczna, ale mniej bezosobowa kontrola sprawowana przez innych ludzi. Literacka wizja szklanych domów, w których życie ludzi odbywałoby się na nieustannym widoku (Żeromski 2018), budziła raczej nadzieje niż lęki.

także możliwości ich analizowania i wyciągania z nich wniosków, a co z tego wynika – ich społeczne i ekonomiczne znaczenie. To właśnie dane stają się podstawą nowego porządku ekonomicznego zwanego kapitalizmem nadzoru (*surveillance capitalism*) (por. Zuboff 2019). Nadzór może być też prowadzony przez różne inne rozproszone systemy kontroli: rozmaite organizacje, prywatne firmy, partie polityczne, a nawet pojedyncze osoby (Lianos 2003; Lyon 2001). Wszystkie one mogą też z łatwością wymieniać się uzyskanymi informacjami, sprzedawać je, udostępniać w zamian za pewne korzyści. W rezultacie nigdy nie wiadomo do końca, nie tylko kto prowadzi nadzór, po co i według jakich reguł, ale także do kogo finalnie trafią uzyskane informacje.

W przeciwieństwie do modelu panoptycznego, w nowym typie nadzoru obserwowani nie muszą być świadomi nie tylko tego, kto i po co prowadzi nadzór, ale też tego, że w ogóle ktoś go prowadzi. Ten brak świadomości zwiększa, a nie zmniejsza, skuteczność nadzoru (odwrotnie niż w modelu panoptycznym). Jeśli nadzorowani są przekonani o swej nieograniczonej swobodzie, to ich poczynania są bardziej szczerze. Nowy nadzór bywa ukryty w różnych codziennych czynnościach, które nie kojarzą się zwykle z kontrolą, są często przyjemne, związane z relaksem, mogą to być zakupy, rozrywka, konsumpcja, podróże, korzystanie z internetu itp. (por. Andrejević 2007). Wykonując je, ludzie czują się zazwyczaj swobodni i odprężeni. Nadzór w nich ukryty jest więc nie tylko nieuchwytny i subtelny, ale niekiedy wręcz przyjemny. Nie bez powodu Zygmunt Bauman i David Lyon (2013) piszą o nowym nadzorze, że ma lekką formę charakterystyczną dla rozrywki i konsumpcji.

Co więcej, ludzie często sami podejmują decyzje o poddaniu się nadzorowi. Robią to z własnej woli, nie odczuwają żadnego przymusu. Może być tak, że nie wiedzą, iż sytuacja, w którą się włączają, zawiera w sobie element nadzoru, albo sądzą, że informacje, jakie są zbierane, są dostępne tylko dla nich samych bądź wybranych przez nich osób. Bywa też jednak tak, że to świadomie poddają się nadzorowi. Publikowanie informacji o sobie w serwisach internetowych to jeden z przejawów tak rozumianego samonadzoru. Serwisy te stają się – wedle określenia Foucaulta (2004b) – techniką siebie, czyli narzędziem, które pozwala jednostce monitorować samą siebie i prowadzić pracę nad sobą, aby uzyskać pożądaną stan wydajności, sukcesu towarzyskiego i szczęścia (Halawa 2013). Samonadzór może odbywać się także przez tzw. technologie ubieralne (*wearable technologies*), czyli noszone blisko ciała urządzenia, które informują o stanie zdrowia i kondycji fizycznej oraz rejestrują wykonywane przez człowieka czynności. Akcesoria te są zazwyczaj podłączone do internetu i pozwalają publikować tam uzyskane dane (por. Kang et al. 2011; Grajeta 2018). Innym sposobem jest korzystanie z tzw. internetu rzeczy, czyli podłączonych do internetu urządzeń, które dają wgląd w codzienne praktyki ich właścicieli (Miller 2016). Tego typu narzędzia mają z punktu widzenia ich użytkownika zwiększyć jego wydajność w życiu codziennym, ale są one także potężnym źródłem informacji o nim, często takich, których nie jest on nawet świadomy. Publikując je w internecie, użytkownicy w istocie tracą kontrolę nad tym, kiedy i do kogo trafią te informacje.

Władza posługująca się obecnie nadzorem – czy stanowią ją instytucje państwowe, czy prywatne korporacje, czy inne podmioty – staje się natomiast – mówiąc językiem Foucaulta – mniej dyscyplinująca, a bardziej rządomyślna. Przez rządomyślność Foucault (2004a: 184) rozumiał „instytucje, procedury, analizy i refleksje, kalkulacje i taktyki”, które pozwalają na

sprawowanie władzy. Władza rządomyślna w sposób ukryty wpływa na metody myślenia i działania nadzorowanych ludzi. W przeciwieństwie do dyscypliny, jest raczej uwodzająca niż przymuszająca. Przyznaje rządonym podmiotowość i pewien zakres dowolności zachowań, zakładając, że dzięki dyskretnemu oddziaływaniu będą oni sami chcieli robić to, na czym zależy sprawującym władzę. Zależy im bowiem raczej na efektach, a nie – jak w przypadku dyscypliny – kontrolowaniu określonego przebiegu czynności nadzorowanych. Dyscyplina może być ewentualnie jedną z technik rządzenia w ramach rządomyślności, wykorzystywaną wtedy, gdy rządzenie dotyczy poszczególnych jednostek (Czyżewski 2009: 88).

Koncepcja rządomyślności pozwala naświetlić także kwestię powodów, dla których jednostki same chętnie poddają się nowemu nadzorowi. Władza rządomyślna w umiejętny sposób potrafi przekonać ludzi, wie, do których z ich dążeń, obaw i nadziei należy się odwołać, aby wykonywali oni pożądane przez nią działania i w dodatku byli przeświadczeni, że działania te są wyłącznie efektem ich własnej decyzji. Przydaje się tu ukrywanie nadzoru, zaprzeczanie jego istnieniu. Nadzorujący eksponuje za to najróżniejsze korzyści, jakie nadzorowana jednostka może zdobyć, a także przyjemności, które wiążą się z podejmowaniem działań, w których ukryty jest nadzór. Stąd we współczesnym społeczeństwie pojawia się „oddolna potrzeba bycia szpiegowanym, potrzeba likwidacji pewnych uprawnień (na przykład prawa do prywatności) w imię przyjemności i bezpieczeństwa” (Szlendak 2006: 123). Fakt nadzorowania działań ludzi może wręcz im pochlebiać, wzmacnia ich poczucie własnej wartości („muszę być kimś ważnym, a informacje o mnie muszą być istotne, skoro mnie śledzą”). Mogą oni też uważać, że różnego rodzaju korzyści przeważają nad kosztem, jakim jest nadzór, zwłaszcza jeśli jest on prawie niezauważalny. Dane osobiste i zgoda na nadzór są więc ceną, jaką się płaci za dostęp do różnych udogodnień, atrakcyjnych ofert, usług lub informacji (por. Lianos 2003). W kontekście internetu mogą to być na przykład spersonalizowane podpowiedzi i propozycje zakupów, zniżki w sklepach, ale też sama możliwość korzystania z danego serwisu (np. Facebooka) i prowadzenie za jego pośrednictwem życia towarzyskiego. Jak mówi Jacob Appelbaum (Assange, Appelbaum, Müller-Maguhn i Zimmerman 2013: 31): „Ludzie [...] dostają rekompensaty za uczestniczenie w Facebooku, tyle że na Facebooku otrzymują kredyt społeczny”.

Na podobną kwestię zwracają uwagę Bauman i Lyon (2013), według których korzyścią oferowaną zwłaszcza przez szczególnie popularne we współczesnym internecie serwisy społecznościowe (*social networking services*) jest wrażenie (zdaniem autorów raczej iluzoryczne) posiadania przyjaciół, a w każdym razie znajomych, którzy się użytkownikiem interesują. Ma to znaczenie szczególnie w warunkach deficytu i spłylenia więzi społecznych, gdy ludziom towarzyszy zarazem lęk przed zaangażowaniem i lęk przed samotnością. Jak pisze Bauman, serwisy społecznościowe, „oczyszczając sferę więzi międzyludzkich z wszelkich zobowiązań, ocaliły słodycz owych więzi, odbierając im cierpki posmak nierozzerwalności” (Bauman i Lyon 2013: 67). Współczesna kultura indywidualizmu eksponuje również wartość i wyjątkowość każdej jednostki, nakazuje jej samodzielne zbudowanie swojej tożsamości oraz relacji, które mają ją łączyć z innymi (Jacyno 2007). Serwisy społecznościowe pomagają jednostce zrealizować oba te cele. Aby pokierować wrażeniem innych osób i uzyskać choćby ich pozorne zainteresowanie, wielu użytkowników tych serwisów jest gotowych ujawnić największe osobiste sekrety. Żyją nie w obawie przed bezustanną widzialnością, ale raczej

przed społecznym zniknięciem. Jeśli nie będą publikować dużej ilości treści, to przestaną być widoczni dla swoich znajomych i znikną (Haława 2013: 126). W warunkach deficytu więzi społecznych ludzie nie chcą zaś stracić ich ostatniego śladu: widoczności.

OPINIE I DOŚWIADCZENIA UŻYTKOWNIKÓW INTERNETU NA TEMAT INTERNETOWEGO NADZORU – BADANIA WŁASNE

UWAGI METODOLOGICZNE

Celem badań omawianych w tym artykule była eksploracja, wstępne określenie tego, jakie postawy przejawiają użytkownicy internetu odnośnie do internetowego nadzoru. Problem badawczy brzmiał zatem: jakie postawy względem nadzoru w internecie mają jego użytkownicy? Nadzór⁷ na potrzeby tych badań jest rozumiany jako zbieranie informacji o ludziach. Pytanie zawarte w problemie badawczym zostało rozbite na następujące pytania szczegółowe, odnoszące się do poznawczych, emocjonalnych i behawioralnych aspektów postawy: (1) czy użytkownicy internetu często ujawniają publicznie w internecie informacje o sobie?; (2) czy użytkownicy wiedzą, że serwisy internetowe zbierają dane o osobach?; a jeśli tak, to (3) czy wiedzą, w jakich celach mogą być zbierane te dane?; (4) czy przeszkadza im to, że te dane są zbierane? Pytania były więc skoncentrowane wokół trzech zagadnień stanowiących komponenty interesujących mnie postaw: wiedzy użytkowników na temat internetowego nadzoru (komponent poznawczy postawy), ich emocjonalnego stosunku do tego zagadnienia (komponent emocjonalny) i rzeczywistych zachowań związanych z nadzorem (komponent behawioralny). W odpowiedzi na nie sformułowałam następujące hipotezy: (1) użytkownicy internetu ujawniają publicznie informacje na swój temat; (2) użytkownicy internetu mają świadomość, że serwisy internetowe (strony, portale) zbierają dane na ich temat; (3) użytkownikom internetu nie przeszkadza to, że serwisy internetowe (strony, portale) zbierają dane na ich temat („przeszkadzanie” oznacza tu obawę o to, że zebrane dane mogą zostać wykorzystane w niekorzystny dla nich sposób); (4) użytkownicy internetu nie wiedzą, w jakich celach serwisy internetowe zbierają dane na temat ludzi.

Jak już wspomniałam, badania zostały przeprowadzone w dwóch turach. Wyniki z pierwszej zostały opublikowane w książce *Między wolnością a nadzorem. Internet w zmieniającym się społeczeństwie* (Juza 2019). W drugiej edycji badania postawiłam takie same hipotezy, jak w pierwszej, ale dodałam do nich kolejne, dotyczące przypuszczalnej zmiany wyników. Spodziewałam się: wyższego odsetka odpowiedzi świadczących, że użytkownicy mają świadomość tego, że serwisy internetowe (strony, portale) zbierają dane na ich temat, oraz tego, jakim celom ta praktyka służy, a także wyższego odsetka odpowiedzi świadczących o obawie badanych przed tymi działaniami.

⁷ W treści kwestionariusza nie używałam terminu „nadzór” ze względu na jego odmienne konotacje w języku potocznym w porównaniu z dyskursem naukowym; użycie tego słowa mogłoby więc okazać się mylące. W tytule drugiego badania używałam natomiast słowa „inwigilacja”, którego zakres pojęciowy jest do pewnego stopnia tożsamy z zakresem terminu „nadzór”, a wydaje się ono bardziej zrozumiałe ze względu na częstą obecność w mediach. Nie używałam jednak tego słowa w treści pytań.

Badania przeprowadzono przy użyciu metody sondażu i techniki ankiety internetowej CAWI (*Computer-Assisted Web Interview*). Kwestionariusz został umieszczony na stronie WWW, a do wybranych polskich właścicieli kont e-mail zostały wysłane zaproszenia do wypełnienia tego kwestionariusza. Próbę pobrano z populacji generalnej, jaką są polscy użytkownicy internetu, w sposób losowo-warstwowy. Wybór takiej populacji był podyktowany przede wszystkim względami praktycznymi. Oczywiście problem internetowego nadzoru wykracza poza granice Polski, ale wyniki nie były generalizowane na całą światową populację użytkowników internetu, a badania miały jedynie wstępnie określić, jakie postawy względem tego zagadnienia mogą mieć internauci. Nic nie wskazuje zaś na to, aby różnice pomiędzy Polską a innymi krajami pod tym względem były znaczące. Na podstawie specjalistycznych baz mailingowych zostało wysłanych kilkadziesiąt tysięcy zaproszeń do wypełnienia ankiety (w drugim badaniu nie wysyłano zaproszeń do tych samych osób, które wzięły udział w pierwszym, co sprawia, że nie można na ich podstawie wyciągać wniosków o zmianie postaw). Pozyskano 568 wypełnionych kwestionariuszy w pierwszej turze badań i 579 w drugiej. Podczas ich weryfikacji część z nich odrzucono z racji nierzetelnego wypełnienia. Ostatecznie analizie poddano po 500 ankiet w jednej i drugiej turze badań. Dla przyjętego poziomu ufności 95% ($p = 0,05$) oraz liczby zebranych ankiet maksymalny błąd z próby wyniósł $\pm 4\%$, a więc wyniki mogą, ale nie muszą, odbiegać od rzeczywistych przekonań panujących w całej populacji do prognozy tej wartości.

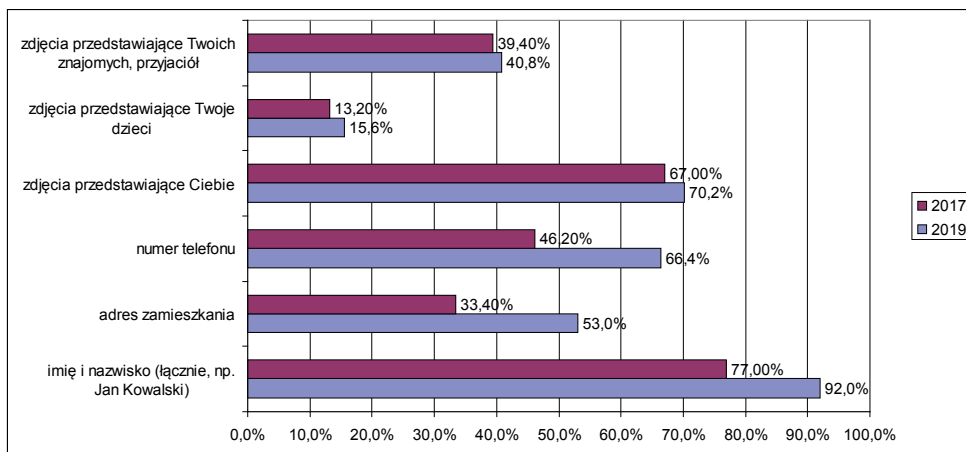
W 2017 roku kwestionariusz zawierał 22 pytania. Kwestii nadzoru dotyczyło wówczas siedem z nich. W 2019 roku kwestionariusz zawierał siedem tych samych pytań w takiej samej kolejności. Początkowe dwa pytania były poświęcone temu, jakie informacje o sobie badany ujawniał w internecie. Pierwsze z nich dotyczyło ujawniania przez badanego (kiedykolwiek) następujących danych: imię i nazwisko (łącznie), adres zamieszkania, numer telefonu, zdjęcia przedstawiające jego, jego dzieci oraz znajomych. Pytałam o dzieci i znajomych ze względu na to, że ich wizerunek pozwala w pewnym stopniu zidentyfikować także badanego. Drugie pytanie sprawdzało, czy badany kiedykolwiek ujawnił wraz ze swoim imieniem i nazwiskiem i/lub zdjęciem następujące informacje: dotyczące zarobków bądź stanu posiadania; zainteresowań, życia codziennego; stanu zdrowia; wyznania bądź światopoglądu; poglądów politycznych.

Kolejne dwa pytania dotyczyły wiedzy respondenta na temat praktyk zbierania danych przez internet. Najpierw pytano respondenta, czy poprzez strony internetowe (serwisy, portale) zbierane są dane użytkowników. Jeśli respondent udzielił odpowiedzi twierdzącej, to pytano go o cele tego zbierania (było to pytanie otwarte). Następnie pytano najpierw o korzyści, które zdaniem użytkownika może mu przynieść zbieranie danych, a potem o obawy. Ostatnie pytanie dotyczyło opinii respondenta na temat tego, czy strony (serwisy, portale) internetowe powinny mieć prawo do zbierania danych o swoich użytkownikach.

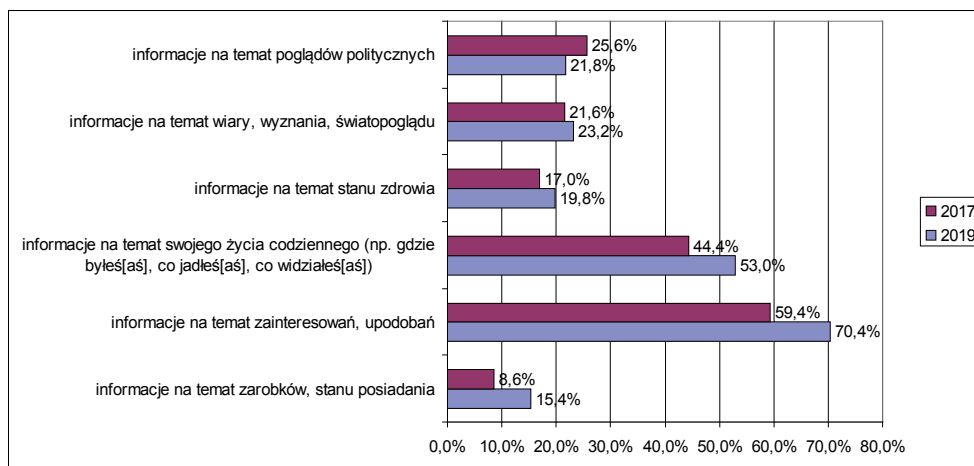
INFORMACJE UJAWNIANE PRZEZ UŻYTKOWNIKÓW

Pierwsza hipoteza w moich badaniach stanowiła, że użytkownicy ujawniają publicznie w internecie informacje na swój temat. „Publicznie” oznacza tu, że nie wiadomo, kto może zostać ich odbiorcą, potencjalnie może to być każdy użytkownik internetu. W celu weryfikacji

tej hipotezy zostały zadane dwa pierwsze pytania w kwestionariuszu. Zestawienie odpowiedzi na pierwsze pytanie przedstawia rysunek 1, a na drugie – rysunek 2.



Rysunek 1. Procent odpowiedzi twierdzących na pytanie, czy respondent kiedykolwiek udostępnił publicznie w internecie dane informacyjne



Rysunek 2. Procent odpowiedzi twierdzących na pytanie, czy respondent kiedykolwiek udostępnił publicznie w internecie, wraz ze swoim nazwiskiem i/lub zdjęciem, dane informacyjne

Uzyskane wyniki świadczą generalnie o dużej skłonności badanych do ujawniania publicznie swoich danych. W obu edycjach badania okazało się, że najczęściej ujawnianym typem danych było imię i nazwisko (łącznie) oraz własne zdjęcie. Trzeba jednak pamiętać,

że tego typu informacje osoby mogą – czy raczej muszą – ujawniać obecnie z wielu różnych powodów, choćby z racji konieczności umieszczenia ich na stronie zatrudniającej ich instytucji. Ujawnienie tych danych jest jednak także wymogiem na niektórych z najpopularniejszych serwisów internetowych, z Facebookiem na czele. A nawet jeśli nie ma takiego wymogu, to użytkownicy internetu są raczej zainteresowani budowaniem w sieci swojego wizerunku zgodnego z wizerunkiem w innych społecznych kontekstach, a nie budową całkiem alternatywnej internetowej tożsamości (Back et al. 2010). Stąd publikacja prawdziwych danych. Stosunkowo duży odsetek badanych ujawnił też kiedyś swój numer telefonu, ale być może nie wszyscy respondenci mieli na myśli numer prywatny, a numery służbowe również znajdują się na stronach zatrudniających ich instytucji. Publikacja numeru telefonu jest też ważna dla osób, które z racji swojego zawodu poszukują kontaktów zawodowych. Zaskakująco dużo badanych ujawniło też swój adres zamieszkania. Być może jednak część respondentów zrozumiała przez to na przykład swoją miejscowość albo dzielnicę. Możliwe również, że niektórzy respondenci zrobili to z niefrasobliwości, na przykład sądząc, że ujawniają tę informację tylko swoim znajomym, bez świadomości, że została ona udostępniona także innym użytkownikom. Warto pamiętać, że pytanie brzmiało, czy respondent taką informację zamieścił kiedykolwiek, w niektórych przypadkach mogła być to więc jednorazowa, nieprzemyślana sytuacja, która miała miejsce dawno temu i później się nie powtórzyła.

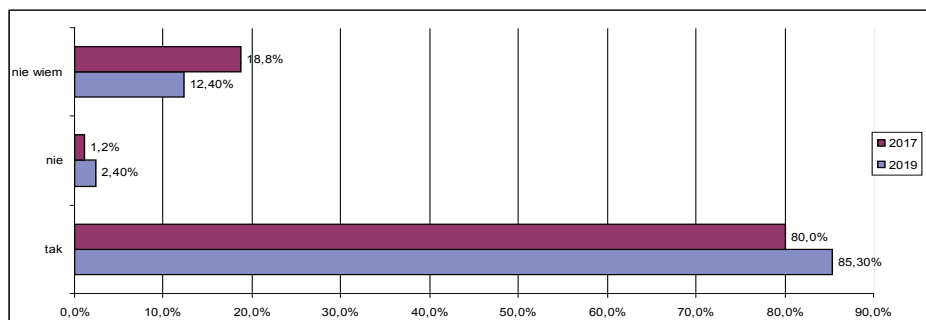
W prawie wszystkich przypadkach w pierwszym pytaniu odpowiedzi twierdzących było więcej w 2019 roku niż w roku 2017. Nie znaczy to, że skłonność do ujawniania informacji o sobie stała się większa, ponieważ – pomijając to, że w obu badaniach brały udział inne osoby – odpowiedzi na to pytanie nie są też dobrym wskaźnikiem dynamiki wartości tej zmiennej (dlatego też nie stawiałam hipotezy o mniejszej ani większej skłonności użytkowników do ujawniania informacji o sobie w 2019 roku). Pytanie dotyczyło tego, czy sytuacja ujawnienia danej informacji kiedykolwiek miała miejsce; jeśli zdarzyło się to na przykład w roku 2005, to badany udzieliłby odpowiedzi twierdzącej i w 2017, i w 2019 roku. Nie można jednak wykluczyć możliwości, że za ten przyrost odpowiedzialna jest aktywność internautów w ciągu tych dwóch lat.

Do pewnego stopnia wyjaśnienia tych wyników można szukać w niektórych odpowiedziach na drugie pytanie (por. rysunek 2). Tu również we wszystkich przypadkach z wyjątkiem jednego odpowiedzi twierdzących było więcej w roku 2019 niż w roku 2017. W trzech przypadkach ten przyrost jest znaczący: badani w drugiej edycji częściej ujawnili informacje na temat swojego życia codziennego, zainteresowań i stanu posiadania. Zwłaszcza te dwa pierwsze rodzaje komunikatów są typowymi informacjami ujawnianymi w mediach społecznościowych. Również informacje o stanie posiadania, jeśli jest on niezły, są istotnym elementem budowania swojego pozytywnego wizerunku, a coraz większa część Polaków wyraża zadowolenie ze swoich materialnych warunków życia i jest zdania, że poprawiły się one w ciągu dwóch ostatnich lat (por. CBOS 2019b). Wydaje się zatem, że wyjaśnieniem tego przyrostu może być większa aktywność użytkowników w mediach społecznościowych. Według badań CBOS od 2017 do 2019 roku liczba osób, które mają konto w jakimś serwisie społecznościowym, wzrosła w Polsce o 5 punktów procentowych (z 61% do 66% ogółu użytkowników internetu) (CBOS 2019a). Znacząca w tym kontekście wydaje się zwłaszcza

rosnąca popularność serwisu Instagram, ukierunkowanego na publikacje materiałów audio-wizualnych, który jest w tej chwili drugim najpopularniejszym serwisem społecznościowym w Polsce, po Facebooku (który jest notabene właścicielem Instagrama)⁸. Serwisy społecznościowe oczekują bowiem i na wiele sposobów skłaniają użytkowników do publikowania jak największej ilości informacji o sobie.

WIEDZA UŻYTKOWNIKÓW NA TEMAT INTERNETOWEGO NADZORU

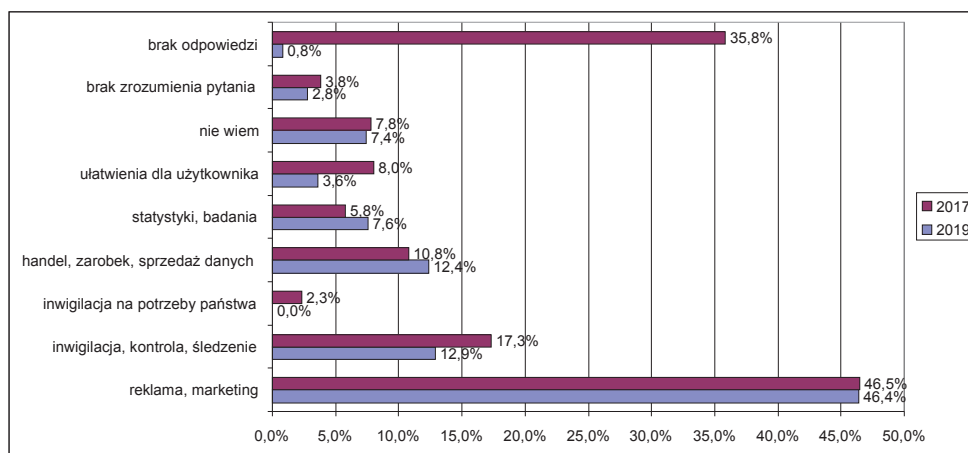
Badania wykazały, że wiedza użytkowników dotycząca samego faktu zbierania danych przez strony (serwisy, portale) internetowe jest duża (por. rysunek 3). Odsetek odpowiedzi twierdzących na pytanie o to, czy takie zbieranie ma miejsce, wyniósł w 2017 roku 80%, a w roku 2019 – 85,3%. Liczba odpowiedzi „nie wiem” zmniejszyła się o ponad 6 punktów procentowych. Wprawdzie zwiększył się z 1,2% do 2,4% procent osób, które zaprzeczyły faktowi takiego zbierania danych, ale nadal nie jest to odsetek bardzo znaczący.



Rysunek 3. Procent odpowiedzi na pytanie o to, czy zdaniem respondenta strony (serwisy, portale) internetowe zbierają dane o tym, co robi on w internecie

Kolejne pytanie zadawano tylko tym respondentom, którzy udzielili odpowiedzi twierdzącej na poprzednie pytanie. Dotyczyło ono celów zbierania danych. Było to pytanie otwarte, respondent mógł udzielić dowolnie sformułowanej odpowiedzi. Po uzyskaniu wyników odpowiedzi przyporządkowałam do dziewięciu kategorii. Jedna odpowiedź mogła zostać przypisana do dowolnej liczby kategorii, w zależności od jej treści. Jednym z największych zaskoczeń podczas drugiej edycji badań było to, że kategorie te niemal się nie zmieniły, w bardzo niewielkim stopniu zmieniły się też odsetki odpowiedzi przyporządkowanych do każdej z nich. Rozkład odpowiedzi w obu edycjach badania przedstawia rysunek 4.

⁸ Według badań Gemius/PBI między 2017 a 2019 rokiem liczba użytkowników Instagrama wzrosła o około 1,5 miliona osób, <http://pbi.org.pl/raporty/uzycownicy-instagram-polsce/> [16.08.2019], <https://www.wirtualnemedial.pl/arttykul/najpopularniejsze-serwisy-internetowe-i-aplikacje-mobilne-w-polsce-lipiec-2019-onet-znow-przed-wp-a-olx-pl-przed-interia-mocno-w-gore-se-likacje-mobilne-w-polsce-w-2019-roku-onet-znow-przed-wp-a-olx-pl-przed-interia-mocno-w-gore-se-pl> [16.08.2019].



Rysunek 4. Procent odpowiedzi respondentów na pytanie o cele zbierania danych

W obu edycjach badania najczęściej udzielano odpowiedzi, że zbieranie danych służy celom reklamowym, marketingowym, przedstawianiu ofert handlowych, ułatwieniom sprzedaży produktów bądź usług itp. Badani niekiedy podkreślali przy tym aspekt personalizacji reklam kierowanych do użytkowników, częściej w drugiej edycji niż w pierwszej. O ile w pierwszej edycji badań dało się zauważyć niechętny stosunek respondentów do tej praktyki, o tyle w drugiej stosunek ten zdawał się raczej neutralny, a nawet czasem pozytywny. Pojęcie spamu pojawiło się tylko raz (w pierwszej edycji czterokrotnie), podobnie jak określenie „manipulacja” (*Sprzedawać dane firmom; Wysyłać odpowiednie dla profilu reklamy i oferty; Manipulować ludźmi*⁹). W niektórych odpowiedziach pobrzmiwa wręcz satysfakcja respondentów z faktu, że reklamy są dopasowywane do ich upodobań, na przykład: *Wyświetlanie reklam dopasowanych do moich zainteresowań; By wysyłać mi reklamy dopasowane do mnie; Żeby dopasować reklamy pod moje zainteresowania; Pod kątem moich zainteresowań są dopasowywane reklamy produktów, szukając produktu, nawet moja żona wie, czego szukałem; Żeby dostosować pode mnie reklamy; W celach dostosowania ofert sprzedaży dopasowanych do mnie*. W takich odpowiedziach można dostrzec zadowolenie badanych z faktu dostosowywania reklam właśnie do nich, tak jakby to oni byli w centrum zainteresowania zbierających dane. Trudno zaś dostrzec jakiś niepokój związany z tym, że różne parametry ich życia są obserwowane. Przeciwnie, można odnieść wrażenie, że fakt bycia śledzonym dowartościowuje te osoby, pozwala im poczuć, że są ważne. Wydaje się, że są to wypowiedzi charakterystyczne dla członków współczesnego społeczeństwa wraz z jego kulturą indywidualizmu, które czynią „z jednostki centrum wszechświata, a z jej odczuć miarę wszechrzeczy” (Marody 2015: 251).

Z takim nastawieniem badanych koresponduje zmniejszenie się odsetka odpowiedzi z kategorii: inwigilacja, kontrola, śledzenie, szpiegowanie (bez określenia tego, kto i po co

⁹ We wszystkich cytatach zachowana została pisownia oryginału.

to robi). Wciąż jest to kategoria druga pod względem częstości wyboru, ale odsetek przypisanych do niej wypowiedzi jest mniejszy aż o kilka punktów procentowych. Przy czym ta inwigilacja w wielu wypowiedziach wydaje się raczej znowu pozytywnie nacechowana emocjonalnie, a nie zagrażająca, gdyż pozwala jednostce poczuć się ważną, na przykład: *Celem jest poznanie moich poglądów i upodobań*. Kilkanaście razy pojawiły się też odpowiedzi w rodzaju *z ciekawości* albo *żeby więcej o mnie wiedzieć*, a więc użytkownicy mogą sądzić, że ich życie wzbudza ciekawość, czyli widocznie jest dla kogoś ważne.

W obu edycjach badania doliczono do tej kategorii nieliczne odpowiedzi wskazujące enigmatycznie na „bezpieczeństwo”. W drugiej edycji jawi się ono jednak jako bardziej pożądane i mniej złowrogie niż w pierwszej, na przykład: *Sądzę, że serwisy i portale zbierają dane o tym, co robię w internecie, w celu bezpieczeństwa mojego oraz innych*. W drugiej edycji badania nie pojawiły się też w ogóle, obecne w pierwszej edycji, odpowiedzi wskazujące na państwo i jego instytucje (organy ścigania, służby specjalne, rząd itp.) jako podmiot zbierający dane przez internet. Tylko w jednej wypowiedzi respondent wskazał na cel polityczny, co skądinąd jest zastanawiające, biorąc pod uwagę, jak często w 2018 roku mówiono w mediach o manipulacjach wyborczych polegających na kierowaniu odpowiednio skonstruowanych przekazów do osób wytypowanych na podstawie informacji zebranych przez internet.

Odpowiedzi świadczących o obawie przed inwigilacją było więc mniej, częściej za to pojawiały się odpowiedzi świadczące o „zadowoleniu z bycia śledzonym”. Wyniki są więc całkiem przeciwne do spodziewanych. Wprawdzie wypowiedzi świadczące o obawie przed kontrolą i inwigilacją wciąż się zdarzają, ale fakt wzbudzania zainteresowania, nawet w postaci inwigilacji, zdaje się często atrakcyjny dla badanych.

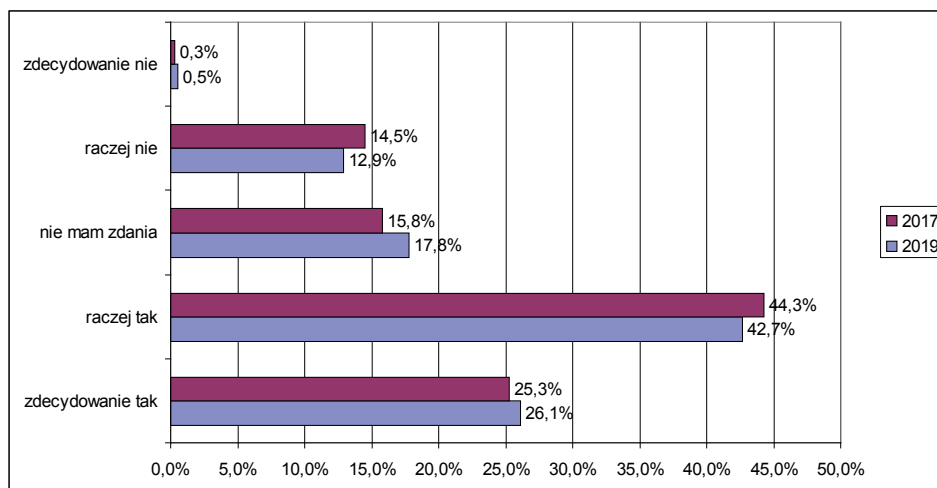
Niemniej jednak o ponad połowę zmalał odsetek badanych wybierających odpowiedzi z kategorii, w której nacisk padał na zbieranie danych z myślą o komforcie użytkownika, ułatwieniach, poprawie jakości usług. Być może badani w 2019 roku częściej uznają taką dbałość o ich komfort za tak oczywistą, że nie warto o niej wspominać. Nieznacznie wzrósł za to udział procentowy badanych wskazujących na korzyści finansowe dla zbierającego dane użytkowników: sprzedaż danych, handel, zarobek, zyski (jak ujął to jeden z badanych: *Dla hajsu, xD*). Tak jakby badani w 2019 roku byli bardziej świadomi zbierania danych przez podmioty komercyjne (przy mniejszej świadomości zbierania danych przez podmioty państwowe i polityczne) niż badani z 2017 roku. Trudno znaleźć jednak wypowiedzi, w których by potępiano te zjawiska, wyrażano związane z nimi niezadowolenie, choć w jednostkowych przypadkach pojawiała się słowo *niestety* albo znaczek :-). W niektórych wypowiedziach znowu za to pobrzmiwa poczucie bycia znaczącym, na przykład: *Żeby sprzedać informację o mnie tym firmom, dla których mogę być potencjalnym klientem*. Dostrzeżenie zysku „brokerów” danych to raczej konstatacja, zauważenie faktu, że tak się sprawy mają, bez ich oceny ani towarzyszącego tej konstatacji negatywnego stanu emocjonalnego. Nasuwa się wniosek, że mamy do czynienia ze swego rodzaju układem: „wy dajecie mi poczucie bycia ważnym, a ja wam daję moje dane, na których możecie zarobić”. Część badanych uważa zresztą wprost, że w zamian za ich dane mogą oni otrzymać jakieś korzyści, o czym będzie mowa w dalszej części artykułu.

Jednym z najbardziej rzucających się w oczy wyników badania jest radykalnie mniejsza liczba osób, które w ogóle nie udzieliły odpowiedzi na to pytanie. Należy przypuszczać, że wynikało to po prostu z innej konstrukcji internetowego kwestionariusza, który technicznie nie pozwalał łatwo uciec od odpowiedzi na to pytanie. W związku z tym wyniki są zafałszowane:

nie wiadomo, ile osób uciekło by przed odpowiedzią na to pytanie, gdyby miało taką możliwość. Biorąc jednak pod uwagę mniejszy niż w poprzedniej edycji udział odpowiedzi innych niż twierdząca w poprzednim pytaniu oraz mniejszy udział odpowiedzi z kategorii „nie wiem” i odpowiedzi świadczących o niezrozumieniu pytania, można przyjąć, że badani wiedzą, że serwisy internetowe zbierają ich dane. Można też ostrożnie przyjąć, iż wiedzą, po co te dane są zbierane, ponieważ ich odpowiedzi są zasadniczo zgodne ze stanem faktycznym, jakkolwiek pewne cele nie zostały przez badanych wymienione. Wydaje się zatem, że wiedza użytkowników na temat zbierania danych przez internet staje się coraz większa. Wydaje się również, że zjawisko zbierania danych przez internet nieco użytkownikom spowszedniało, rzadziej budzi negatywne emocje, jest postrzegane coraz częściej jako „naturalna” właściwość internetu i „oczywista” cena, jaką trzeba zapłacić za uzyskiwane dzięki temu korzyści.

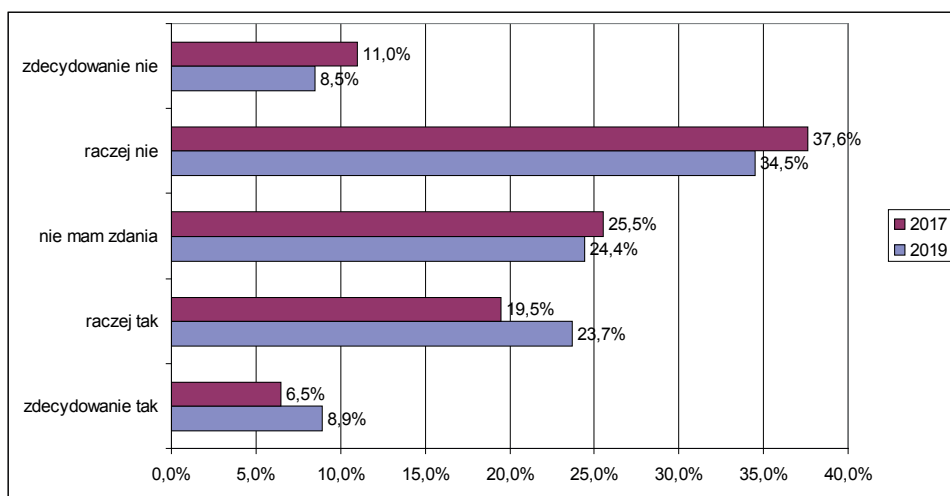
OBAWY I NADZIEJE UŻYTKOWNIKÓW ZWIĄZANE Z INTERNETOWYM NADZOREM

W świetle powyższych wniosków interesujące wydają się odpowiedzi na kolejne pytania. Rysunek 5 przedstawia uzyskany w obu edycjach badania rozkład odpowiedzi na pytanie o to, czy respondenci obawiają się, że zebrane przez internet dane mogą zostać użyte w niekorzystny dla nich sposób. W 2017 roku niemal 70% respondentów udzieliło na to pytanie twierdzącej odpowiedzi. Dwa lata później ten udział procentowy jest niemal identyczny. Ciekawe jest jednak, że udział osób, które nie obawiają się niekorzystnego dla siebie użycia zebranych przez internet informacji, i odsetek badanych, którzy nie mają zdania na ten temat, są w 2019 roku nieznacznie mniejsze. Sprawia to wrażenie, jakby nieco mniej użytkowników dostrzeżało niekorzystne strony zbierania danych. Nadal jednak nieprzejawiający obaw i niemający zdania stanowią po kilkanaście procent badanych, w obu przypadkach jest to zdecydowana mniejszość.



Rysunek 5. Procent odpowiedzi na pytanie o to, czy respondenci obawiają się, że zebrane przez internet dane mogą zostać użyte w niekorzystny dla nich sposób

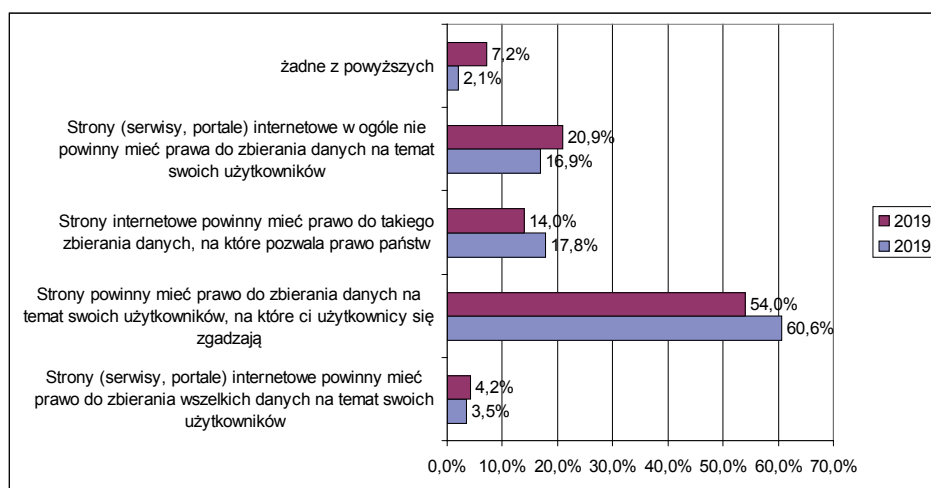
Ciekawiej wyglądają wyniki pokazujące nadzieje badanych (por. rysunek 6). W 2017 roku ankietowani okazali się raczej sceptyczni co do tego, czy dzięki zbieraniu danych mogą otrzymać jakieś korzyści. Prawie połowa respondentów odpowiedziała, że nie, a kolejna jedna czwarta nie miała zdania na ten temat. W 2019 roku sytuacja uległa sporej zmianie. Udział procentowy osób zaprzeczających korzyściom zmniejszył się o ponad 5 punktów procentowych. O 6 punktów procentowych zwiększył się za to odsetek osób, które uważają, że mogą w ten sposób otrzymać jakieś korzyści. Potwierdza to opisane powyżej przypuszczenie, że według badanych nawet jeśli internetowa inwigilacja może być w jakimś stopniu niebezpieczna, to wiąże się z nią pewne profity. Badania nie pozwalają jednoznacznie odpowiedzieć na pytanie, na czym one zdaniem respondentów polegają, ale na podstawie wspomnianych wcześniej odpowiedzi na pytanie otwarte można przypuszczać, że chodzi o uzyskiwanie przydatnych informacji w personalizowanych dla użytkowników reklamach, a także o bezpieczeństwo i większy komfort użytkowania serwisów internetowych. Do tego może dochodzić wspomniany przez Jacoba Appelbauma „kredyt społeczny”. Aby jednak udzielić bardziej precyzyjnej odpowiedzi na to pytanie badawcze, warto byłoby w przyszłości przeprowadzić badania jakościowe.



Rysunek 6. Procent odpowiedzi na pytanie o to, czy respondent uważa, że dzięki zbieraniu danych może otrzymywać jakieś korzyści

O stosunku badanych do praktyki zbierania danych przez internet świadczą także odpowiedzi na kolejne pytanie, które dotyczyło opinii na temat tego, czy serwisy internetowe powinny mieć prawo do zbierania danych i ewentualnie pod jakimi warunkami (por. rysunek 7). Wyniki zdają się również świadczyć o akceptacji internetowego nadzoru przez użytkowników. Widać przy tym, że sprzeciwiają się oni samowoli podmiotów prowadzących serwisy internetowe, zbieranie danych powinno się odbywać za zgodą użytkowników lub, rzadziej, gdy pozwala na tę praktykę prawo państwowe. Ta akceptacja okazała się większa w drugiej edycji badań. O ponad 6 punktów procentowych zwiększył się udział odpowiedzi, że serwisy powinny mieć

prawo tylko do takiego zbierania danych o swoich użytkownikach, na które ci użytkownicy się zgadzają. O ponad 3 punkty – odsetek odpowiedzi, że taka praktyka powinna mieć miejsce tylko wtedy, gdy pozwala na nią prawo państwowe. O 4 punkty procentowe zmniejszył się zaś udział odpowiedzi odmawiających w ogóle prawa do zbierania danych przez internet. Wszystko to wpisuje się we wspomnianą wcześniej tendencję polegającą na przyzwyczajaniu się użytkowników do internetowego nadzoru i powszednieniu związanych z nim praktyk. Internauci coraz częściej zdają się uważać, że tak po prostu musi być, oczekują jedynie za to pewnych benefitów i elementarnego uregulowania praktyk nadzorczych.



Rysunek 7. Procent odpowiedzi respondentów, którzy wybrali określone stanowisko na temat prawa serwisów internetowych do zbierania danych użytkowników

PODSUMOWANIE I WNIOSKI

Różne aspekty prowadzonego przez internet nadzoru nad ludźmi stanowią w ostatnim czasie jeden z najczęściej omawianych problemów społecznych. Ciekawe wydaje się zatem, w jakim stopniu i w jaki sposób te dyskusje przeniknęły do świadomości społecznej. Badania omawiane w tym artykule pozwalają częściowo odpowiedzieć na to pytanie. Wykonanie ich w dwóch turach pozwala natomiast uchwycić dynamikę zmian postaw użytkowników internetu odnośnie do sieciowego nadzoru.

Stosunek respondentów do tego zjawiska w 2019 roku można najkrócej określić jako obojętny z tendencją ku życzliwej akceptacji. Odpowiedzi badanych świadczą o tym, że wiedzą oni dość dobrze, że ich dane są zbierane, że podlegają następnie obrotowi i przynoszą zyski podmiotom, które zajmują się ich pozyskiwaniem. Nic nie wskazuje jednak na to, aby byli oni z tego powodu zniechęceni do ujawniania w internecie informacji o sobie. Przeciwnie, chętnie publikują swoje dane, zdjęcia, informacje o swoim życiu, nieraz także bardzo prywatne (stan

zdrowia). Na podstawie wyników można przypuszczać, że fakt zbierania tych informacji przez zewnętrzne podmioty stanowi dla nich akceptowalną cenę, którą można i warto zapłacić za korzyści związane z używaniem serwisów oczekujących publikowania takich informacji (np. Facebook, Instagram). Te korzyści mają, jak się zdaje, wyraźny wymiar społeczny: wiążą się z prowadzeniem życia towarzyskiego, zaspokajaniem swoich potrzeb przynależności, uznania, bycia poważanym, podziwianym, a przynajmniej widocznym dla innych. Ponadto, niektórym badanym zdaje się pochlebiać to, że informacje o nich są zbierane, pozwala im to poczuć się ważnym.

Internetowa inwigilacja jest też bardziej akceptowana, budzi mniejsze obawy i większe nadzieje niż w 2017 roku. Wprawdzie większość badanych wciąż uważa, że informacje uzyskane na ich temat przez internet mogą zostać wykorzystane przeciwko nim, ale jest ich nieco mniej niż w poprzedniej edycji badania. Wyraźniejszy jest natomiast wzrost oczekiwań, że dzięki ujawnianiu danych mogą oni uzyskać jakieś korzyści. Wydaje się zatem, że użytkownicy są bardziej świadomi reguł rządzących internetowym biznesem, wiedzą, że ich dane są spieniężane, ale spodziewają się uzyskać w zamian jakąś gratyfikację, prawdopodobnie wykraczającą poza „kredyt społeczny”.

Być może najciekawszym wnioskiem z badań jest to, że alarmistyczne doniesienia mediów o niebezpieczeństwach internetowej inwigilacji, zwłaszcza w kontekście afery Cambridge Analytica, właściwie wcale nie przeniknęły do społecznej świadomości. Owszem, zwiększył się stopień wiedzy na temat internetowego nadzoru, ale lęki z nim związane nieco się zmniejszyły, zamiast zwiększyć, a nadzieje zwiększyły – zamiast się rozwiać. Nasuwa się konkluzja, że użytkownicy wiedzą już, że serwisy internetowe czerpią zyski z przetwarzania danych osobowych, akceptują to, doceniają zainteresowanie, śmiało dzielą się swoją prywatnością, ale oczekują w zamian jakiejś rekompensaty i innych korzyści.

BIBLIOGRAFIA

- Andrejević, Mark. 2007. *iSpy. Surveillance and Power in the Interactive Era*, Kansas: University Press.
- Andrejević, Mark. 2012. *Exploitation in the data-mine*, w: Christian Fuchs, Kees Boersma, Anders Albrechtslund i Marisol Sandoval (red.), *Internet and Surveillance: The Challenges of Web 2.0 and Social Media*, New York–London: Routledge, s. 71–88.
- Aronson, Eliot. 1997. *Człowiek – istota społeczna*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Assange, Julian, Jacob Appelbaum, Andy Müller-Maguhn i Jeremie Zimmerman. 2013. *Cypherpunks. Wolność i przyszłość internetu*, Gliwice: Helion.
- Asch, Solomon. 2002. *Opinie i nacisk społeczny*, w: Elliot Aronson (red.), *Człowiek – istota społeczna. Wybór tekstów*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, s. 37–47.
- Back, Mitja D., Juliane M. Stopfer, Simone Vazire, Sam Gaddis, Stefan C. Schmukle, Boris Egloff i Samuel D. Gosling. 2010. *Facebook Profiles Reflect Actual Personality, Not Self-Idealization*, „Psychological Science”, 21, 3: 372–374.
- Bauman, Zygmunt i David Lyon. 2013. *Płynna inwigilacja. Rozmowy*, Kraków: Wydawnictwo Literackie.

- CBOS. 2019a. *Komunikat z badań nr 95/2019. Korzystanie z internetu*, Warszawa: CBOS.
- CBOS. 2019b. *Komunikat z badań nr 64/2019. Materialne warunki życia*, Warszawa: CBOS.
- Clarke, Roger A. 1988. *Information technology and dataveillance*, „Communications of the ACM”, 31, 5: 498–512.
- Clarke, Roger A. 2016. *Introduction to Dataveillance and Information Privacy, and Definitions of Terms*, <http://www.rogerclarke.com/DV/Intro.html#DV> [5.03.2020].
- Czyżewski, Marek. 2009. *Między panoptyzmem i „rządowością” – uwagi o kulturze naszych czasów*, „Kultura Współczesna”, 60, 2: 83–95.
- Dijck, José van. 2014. *Datafication, dataism and dataveillance: Big Data between scientific paradigm and ideology*, „Surveillance & Society”, 12, 2: 197–208.
- Foucault, Michel. 1998a. *Nadzorować i karać. Narodziny więzienia*, Warszawa: Aletheia.
- Foucault, Michel. 1998b. *Trzeba bronić społeczeństwa. Wykłady w Collège de France, 1976*, Warszawa: Wydawnictwo KR.
- Foucault, Michel. 2004a. *Rządowość*, w: Michel Foucault, *Filozofia, historia, polityka. Wybór pism*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, s. 163–185.
- Foucault, Michel. 2004b. *Techniki siebie*, w: Michel Foucault, *Filozofia, historia, polityka. Wybór pism*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, s. 247–275.
- Grajeta, Paulina. 2018. *Technologie ubieralne na tle późnego kapitalizmu*, „Studia Socjologiczne”, 230, 3: 153–177.
- Halawa, Mateusz. 2013. *Facebook – platforma algorytmicznej towarzyskości i technologia siebie*, „Kultura i Społeczeństwo”, 57, 4: 117–144.
- Jacyno, Małgorzata. 2007. *Kultura indywidualizmu*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Juza, Marta. 2019. *Między wolnością a nadzorem. Internet w zmieniającym się społeczeństwie*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar.
- Kang, Jerry, Katie Shilton, Deborah Estrin, Jeff Burke i Mark Hansen. 2011. *Self-surveillance privacy*, UCLA Public Law & Legal Theory Service, <https://escholarship.org/content/qt1jk8b2q1/qt1jk8b2q1.pdf> [5.03.2020].
- Lianos, Michalis. 2003. *Social control after Foucault*, „Surveillance & Society”, 3, 1: 412–430.
- Lyon, David. 2001. *Surveillance society: Monitoring everyday life*, New York: McGraw-Hill Education.
- Marody, Mirosława. 1976. *Sens teoretyczny a sens empiryczny pojęcia postawy*, Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Naukowe.
- Marody, Mirosława. 2015. *Jednostka po-nowoczesności. Perspektywa socjologiczna*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar.
- Marx, Gary T. 2002. *What’s New About the “New Surveillance”? Classifying for Change and Continuity*, „Surveillance & Society”, 1, 1: 9–29.
- Mayer-Schönberger, Viktor i Kenneth Cukier. 2017. *Big Data. Rewolucja, która zmieni nasze myślenie, pracę i życie*, Warszawa: MT Biznes.
- Miller, Michael. 2016. *Internet rzeczy. Jak inteligentne telewizory, samochody, domy i miasta zmieniają świat*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Orwell, George. 2013. *Rok 1984*, Warszawa: Muza.
- Szacka, Barbara. 2003. *Wprowadzenie do socjologii*, Warszawa: Oficyna Naukowa.
- Szacki, Jerzy. 2002. *Historia myśli socjologicznej*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.

- Szlendak, Tomasz. 2006. *Nefemerydy w Morzu Sieciowym: ucieczka emocji z klatki postprywatności*, „Kultura i Społeczeństwo”, 50, 1–2: 105–128.
- Sztompka, Piotr. 2003. *Socjologia. Analiza społeczeństwa*, Kraków: Znak.
- Taplin, Jonathan. 2017. *Move fast and break things. How Facebook, Google and Amazon cornered culture and undermined democracy*, New York: Little, Brown and Company.
- Tönnies, Ferdinand. 1988. *Wspólnota i stowarzyszenie. Rozprawa o komunizmie i socjalizmie jako empirycznych formach kultury*, Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Naukowe.
- Zuboff, Shoshana. 2019. *The Age of Surveillance Capitalism. The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power*, New York: Public Affairs.
- Żeromski, Stefan. 2018. *Przedwiośnie*, Warszawa: Bellona.

POLISH INTERNET USERS' ATTITUDES TOWARDS SURVEILLANCE IN THE INTERNET

In last few years collecting personal data by internet is largely discussed social problem. This internet surveillance is carried out by public or commercial organizations. In contrast to older, panoptic type of surveillance the new, digital one does not have to be carried out covertly. Surveilled persons know about surveillance, do not fear of it, and want to be surveilled. I conducted research about internet surveillance in 2017 and 2019. It has shown users' tendency to reveal great amount of information about themselves. Their level of fear of surveillance is getting smaller, and their level of hope of some favors from surveillance increases. The fact of being surveilled in some fashion make users feel better. The research conclusion is that internet users accept surveillance but they expect some benefits in exchange for their data which is profitable for surveillers.

Keywords: internet, digital data, surveillance, discipline, governmentality

Zgłoszenie artykułu: 29.12.2019

Recenzje: 9.02.2020

Rewizja: 6.03.2020

Akceptacja: 6.03.2020

Publikacja on-line: 30.03.2020