



Alcumena

*Pismo Interdyscyplinarne
Interdisciplinary Journal*

Nr 3(7)/2021



DOI: 10.34813/psc.3.2021.1

www.alcumena.fundacjapsc.pl

Porwać, przejąć, pokonać – jak internetowi giganci czerpią zyski z naszej aktywności w sieci?

Refleksje na podstawie książki Shoshany Zuboff

Kidnap, seize, defeat - how do Internet giants profit from our online activity? Reflections based on the book by Shoshana Zuboff

Dominika Chmielewska

ORCID: 0000-0002-6770-3128

Akademia Marynarki Wojennej

Wydział Nauk Humanistycznych i Społecznych

The article introduces the reader to the „age of surveillance capitalism” by showing how Internet giants push users in specific directions by manipulating information and collecting data in order to get rich and gain power. The aim is to discuss this issue and show how human experience and preferences become a free raw material for corporations. The analysis includes a description of the threats to humanity and democracy and highlights the fact that the line between our free choice and manipulation is blurring, thus raising issues of security and sovereignty. The public does not realize that a displayed picture of dinner on Instagram is a certain data sold to business customers. This text is meant to make us reflect on our choices and behaviors and whether we still have the ability to return from where we are and, most importantly, whether we ourselves want that change.

Key words: Shoshana Zuboff, surveillance capitalism, capitalism, Internet, social media.

Rynek, a zwłaszcza internetowi giganci coraz mocniej popychają konsumentów i użytkowników w obrany przez siebie kierunek, który jest zgodny z ich celami biznesowymi. My sami dokonujemy wyborów przez nich pożądanym, myśląc, że są to w pełni nasze suwerenne wybory. To jest właśnie opisywany przez Shoshanę Zuboff tytułowy „Wiek kapitalizmu inwigilacji”. Używa ona pojęcia „kapitalizmu inwigilacji”, które jest tłumaczone również jako „kapitalizm nadzoru”. Badaczka definiuje go jako „nowy porządek ekonomiczny, który uznaje ludzkie doświadczenia za darmowy surowiec do ukrytych handlowych praktyk wydobycia, prognozowania i sprzedaży” (Zuboff, 2019, s. 1). Również tłumaczeniem wartym przytoczenia „jest pojmowanie go jako pasożytniczej logiki ekonomicznej, w której wytwarzanie towarów i usług jest podporządkowane nowej globalnej architekturze modyfikacji behawioralnych. Wywłaszczenie, pozbawienie człowieka jego krytycznych praw, najlepiej rozumiane jako odgórny zamach stanu: obalenie suwerenności narodu” (Zuboff, 2019, s. 1). Zuboff nie nazywa obecnych czasów wiekiem inwigilacji – bo mowa jest nie tylko o samych praktykach szpiegowskich. Istotą jest fakt, kto je przeprowadza. Żyjemy w wieku kapitalizmu inwigilacji, gdyż to właśnie kapitalizm – sfera prywatna – dominuje, wykorzystując społeczeństwa do własnego zysku. Nowy typ kapitalizmu stanowi zagrożenie dla człowieczeństwa, a autorka porównuje fakt ten do sytuacji, w której kapitalizm przemysłowy był zagrożeniem dla świata przyrody w poprzednim wieku.

Zuboff podkreśla, że ludziom złudnie wydaje się, że w pełni kontrolują to co zamieszczają i z czym się dzielą w sieci. Wychodzą z założenia, że kto oprócz ich znajomych interesowałby się tym, co zjedli na śniadanie, czy gdzie wyszli na spacer z psem. Jednak są to ważne, mogące być długofalowo wykorzystywane, informacje, które docierają do korporacji i przedsiębiorstw. „Ich nie interesuje to, co publikujesz tu i teraz. To zorganizowana produkcja naszych przyszłych zachowań i przyzwyczajzeń, bo giganci chcą wiedzieć, co lubisz na obiad, jak spędzasz wolny czas, jakie książki czytasz, o której zwykle się z kimś spotykasz itd. Nazywam to nadwyżką zachowań, które są analizowane, a następnie w formie gotowych paczek danych sprzedawane klientom biznesowym. To jest o nas, ale nie dla nas” (Zuboff, 2019, s. 1). Dostęp do informacji jest obecnie najbardziej cenionym produktem. Wiedza jest władzą i siłą, a ta w rękach korporacji i grup społecznych nastawionych na zysk stanowi zagrożenie dla wolności i bezpieczeństwa ludzkości. Jest to element globalnej gry, w której toczy się walka o nasze człowieczeństwo i wolną wolę. „Cieszymy się światem połączonym w sieci na wiele sposobów, ponieważ daje nam nowe możliwości i perspektywy, ale otwiera też zupełnie nowe terytoria niepokoju, zagrożenia i przemocy, gdy poczucie przewidywalności świata znika” (Zuboff, 2019, s. 14).

Każde pokolenie staje przed wyzwaniami wywoływanymi przez rozwijający się świat. Musi rozpoznawać, co jest słuszne, być świadomym zagrożeń i starać się być czymś więcej niż trybikiem w maszynie coraz głębiej pchanym w otchłań sugestii i propozycji.

Kapitalizm inwigilacji opisany przez Shoshanę Zuboff jest impulsem do zastanowienia się nad problematyką bezpieczeństwa i wolności. Ten problem opisywał już na przełomie XVI i XVII wieku angielski filozof Thomas Hobbes. Według niego państwo jest potrzebne ludziom by żyć, gdyż stwarza grupę, która daje poczucie bezpieczeństwa i mimo pewnych ograniczeń, daje poczucie wolności. Autor „Lewiatana” opowiadał się za maksymalizacją bezpieczeństwa, aby nadmiernej wolności nie przypłacić utratą życia. Twierdził, że rezygnujemy z części wolności na rzecz bezpieczeństwa. Myśl ta jest ważna dla współczesnej polityki dlatego, że określa cele obywateli – czyli przetrwanie oraz cele państwa – zapewnienie bezpieczeństwa. „Ustanowienie pokoju, a więc zapewnienie bezpieczeństwa jednostkom, ma w teorii Hobbesa bezwzględny prymat nad gwarancjami swobodnej aktywności” (Włoch, 2015). „Wiek kapitalizmu inwigilacji” w pewnym stopniu sprowadza się do dylematu wolności i bezpieczeństwa. Jednak pełna kontrola użytkownika w sieci na potrzeby społeczne, takie jak ochrona przed terroryzmem czy oszustwami, stanowi zupełnie odmienną kwestię od inwigilacji na potrzeby zysku prywatnych firm. Akceptując regulamin Facebooka myślimy, że oddajemy część wolności w imię bezpieczeństwa. Jednak czy na pewno ta, wyrażona jednym kliknięciem myszki, zgoda nam je gwarantuje?

„Kapitalizm nadzoru działa według prostego schematu: <<porwać, przejąć, pokonać>>, co w skrócie oznacza wytworzenie struktury pozwalającej na czerpanie zysku z wydobywania nadwyżki behawioralnej i przekształcania ich w dane – dane, które służą do profilowania reklamy i kształtowania ludzkich zachowań, tak by były zbieżne z interesem kapitału nadzoru” (Dettlaff, 2021). Autorka mówi o tym, że dzisiejszy świat jest oparty na nadzorze i nazywa go zbuntowaną mutacją kapitalizmu. Jeszcze kilkanaście lat temu utopijna wizja świata polegała na nieograniczonym dostępie do informacji. Wizja ta spełnia się na naszych oczach, mimo tego w dalszym ciągu nie jesteśmy w pełni szczęśliwi i bezpieczni. Wręcz przeciwnie, stworzyło to nowe niebezpieczeństwa w tym zagrożenie utraty człowieczeństwa. Zuboff podkreśla znaczenie zamachów z 11 września 2001 roku jako wydarzenia mającego ogromny wpływ na pojęcie prywatności. Był to zamach nie tylko na ludzkie życie, ale również na samą demokrację, przy okazji pokazał porażkę służb wywiadowczych. To przełomowy moment w pojmowaniu prywatności, w którym zaczęto zastanawiać się nad granicą ingerencji w nią w imię bezpieczeństwa i dobra całego

kraju. „Chodzi o big data, czyli analizę różnorodnych i dużych zbiorów danych, dzięki której można zdobyć nową wiedzę na dany temat oraz data mining. Obrazowo można to opisać jako próba połączenia wszystkich kropek, by zobaczyć wzór. Żeby te kropki móc połączyć, najpierw trzeba je mieć. By je mieć, trzeba się jednak dowiedzieć, czym one tak naprawdę są” (Zuboff, 2021). Autorka opisuje, jak władze dały możliwość internetowym gigantom do śledzenia ludzi w Internecie i to jest właśnie tytułowy kapitalizm inwigilacji. Prywatne przedsiębiorstwa i korporacje wychwytyują ludzką aktywność w sieci, zbierając doświadczenia i tym samym zbierają dane pozwalające przewidywać trendy, aby rozpocząć proces podpowiedzi i sugerowania.

Zuboff przekonuje, że „kapitalizm inwigilacji jednostronnie oznajmia, że ludzkie doświadczenie jest darmowym surowcem do produkcji danych behawioralnych” (Zuboff, 2019, s. 19). Poszerza pojęcie kapitalizmu właśnie do kapitalizmu inwigilacji, który opiera się na rewolucji cyfrowej. My jako ludzie stanowimy istną bazę danych, w której opisane są nasze wybory, zainteresowania czy preferencje. Taka baza jest produktem, który stanowi przedmiot obrotu i transakcji handlowych. Każde nasze doświadczenie Big Techy (giganci technologii – Google, Amazon, Facebook, Apple, a czasami nazywa się tak również Microsoft) ubierają w gotowy produkt, który jest nam później sugerowany. Dzięki rozwojowi technologii i nieustannej cyfryzacji każdego aspektu życia pojawiły się nowe rynki, których istnienie i sukces opiera się na prawidłowym przewidywaniu ludzkich zachowań i potrzeb. Coraz częściej używa się pojęcia analityki predykcyjnej, czyli „procesu wydobywania informacji z istniejących zbiorów danych w celu określenia wzorów i przewidywania przyszłych zdarzeń i trendów” (Algolytics, 2018). Jest ono używane w dużych firmach i korporacjach i charakteryzuje się obserwacją konsumentów, aby skutecznie zidentyfikować szanse i zagrożenia na sukces danych projektów.

Zepsuł ci się telewizor, ostatnio rozmawiałeś ze znajomymi na temat zakupu nowego. Po kilku chwilach, na stronach internetowych, które oglądasz, pojawiają się reklamy najróżniejszych modeli. Przekierowania na strony sklepów internetowych AGD i RTV będą ukazywać się przez najbliższy tydzień, sugerując dokonania zakupu. Również inne treści, które się wyświetlają w formie reklam konkretnych produktów, gier, ale również postów i spotów konkretnych grup, ruchów społecznych czy partii mają nakłonić nas do podjęcia działań zgodnych z celami handlowymi czy ideologicznymi. Narzucone wzorce sprawiają, że poruszamy się w nich realizując tym samym cele biznesowe korporacji. Kupujemy rzeczy, które nie są nam potrzebne, często z ofert sponsorowanych, które mają też wyższą cenę. Powszechny konsumpcjonizm ma swoje potwierdzenie w tym, że coraz częściej kupujemy oferowane rzeczy i rozwiązania,

przy których producent przekonuje nas o ich niezbędności. Polityką takich firm jest zarabianie ciągle na czymś nowym. Warto więc w tym miejscu zadać sobie pytanie, czy jest to personalizacja treści pod potrzeby użytkownika, czy forma inwigilacji i ingerencji w nasze życie prywatne poprzez najróżniejsze techniki śledzące i pliki cookies. Przedsiębiorstwa cyfrowe zarabiają na naszych danych, a darmowy dostęp do wielu stron i aplikacji wcale darmowy nie jest – walutą są nasze dane. Google nie ma zysku z przeglądarki internetowej, ale z danych, jakie użytkownicy zostawiają. Sprawnie wykorzystuje to do zarabiania, tym samym dokonując manipulacji poprzez wiedzę.

Największym paradoksem jest fakt, że dobrowolnie wyrażamy zgodę na te działania poprzez akceptację regulaminów i polityki stron i aplikacji. Pozwalamy się inwigilować przez naszą wygodę. Kolejnym paradoksem jest to, że chcąc w dzisiejszych czasach uczestniczyć w życiu społecznym, innego wyjścia nie ma. „Fakt, że bardzo trudno byłoby dziś korzystać z innej przeglądarki niż Google, usunięcie konta na Facebooku wiązałoby się z wykluczeniem, a brak Zooma czy pakietu Microsoftu, w tym momencie praktycznie uniemożliwia pracę czy studiowanie. Wspomniani cyfrowi giganci przekształcili świat do tego stopnia, że funkcjonowanie dziś poza ich rynkiem jest prawie niemożliwe, a świadomie pozwolić sobie na to mogą nieliczni uprzywilejowani” (Dettlaff, 2021).

Dane stały się produktem, który przy odpowiednim sposobie zebrania informacji, ich klasyfikacji, selekcji, a na końcu wyświetlania się w formie propozycji, ulega monetyzacji. Ulega niej każda nasza decyzja, emocja, uczucie, doświadczenie. Ma to swoje dobre strony – szukamy wspomnianego wcześniej nowego telewizora, w szybki i łatwy sposób otrzymujemy oferty, a nasza rola ogranicza się wyłącznie do przycisków „dodaj do koszyka” i „zapłać”. Kupiliśmy bilety na Majorkę – otrzymujemy propozycje noclegu i atrakcji w okolicy. Słuchamy klasycznego rocka – w kolejce do wysłuchania czekają podobne proponowane utwory. W dobie szybkiego tempa życia i braku czasu takie propozycje są przez nas pożądane. Czy jednak w ten sposób nie tracimy odrobiny człowieczeństwa? Pozwalając technologii decydować za nas, ograniczamy się do proponowanych opcji, tracąc w pewien sposób wpływ na przyszłość. Łatwiej jest jak ktoś albo coś mówi nam, co kupić, zarezerwować, co myśleć. Tylko czy takie zachowania nie będą się przekładać na coś więcej niż tylko zakup telewizora, ale na nasz światopogląd, kwestie ideologiczne i preferencje polityczne? Gdzie będzie granica i czy nie jesteśmy już w miejscu, z którego nie ma odwrotu?

Kiedy jakaś władza zna ludzkie zachowania, może wykorzystać je do realizacji określonych celów. Może nami manipulować, nakłaniać, sugerować, a długofalowo zarządzać naszymi wyborami. Christopher Wylie, dawny szef działu badań firmy

Cambridge Analytica w 2018 roku ujawnił, że poprzez aplikację mydigitallife, którą na Facebooku ściągnęło około 270 tysięcy osób, firma zyskała dostęp do danych użytkowników i wszystkich ich znajomych, co dało w sumie liczbę około 50 milionów internautów. Inwigilacja miała dotyczyć nie tylko treści zamieszczanych na serwisie społecznościowym, ale również korespondencji prywatnej. Beneficjentami firmy Cambridge Analytica byli ludzie z całego świata, w tym ważne postacie areny międzynarodowej takie jak Donald Trump. Przeprowadzono analizy mające na celu zbadanie działalności tej firmy w kontekście doprowadzenia do Brexitu, czy też nawet sukcesu Andrzeja Dudy w wyborach prezydenckich w 2015 roku (Madejski, 2018). Sam Wylie w jednym z wywiadów powiedział, że wykorzystano Facebooka do zbierania profili milionów ludzi i budowano modele, tworząc psychologiczne profile użytkowników, aby wykorzystać to, co o nich wiedzieli i wycelować w ich wewnętrzne „demony”. Była to podstawa, na której została zbudowana cała firma (Cadwalladr, Graham-Harrison, 2018). Przypadek Cambridge Analytica idealnie wpisuje się w obraz siły kapitalizmu inwigilacji i tego, jak wielki wpływ może mieć ona na losy całego świata.

Shoshana Zuboff w swojej książce „Wiek kapitalizmu inwigilacji” rzuca inne światło na zjawiska, które nas otaczają i o których teoretycznie wiemy, ale je w pewien sposób wypieramy, gdyż prawda zaburzyłaby nasze funkcjonowanie w życiu społecznym. Nowy porządek sprawia wrażenie, że jest on jako jedyny dostępny i odpowiadający naszym potrzebom. Nigdy nie jest jednak za późno na walkę o człowieczeństwo. Zuboff dochodzi do wniosku, że aby kapitalizm inwigilacji nas nie „pożarł” należy przeprowadzić zbiorowy bunt przeciwko internetowym gigantom. Nie jest to proste, gdyż to, co stało się naszym wrogiem, jednocześnie uzależniło nas od siebie, sprawiając, że życie stało się wygodne. „Jeśli jednak znajdzie się odpowiednia masa krytyczna ludzi gotowa wyjść z tych przestrzeni, to oczyści się pole działania dla grupy nowych graczy, rywali dla obecnych kapitalistów” (Zuboff, 2018). Problemu nie stanowi sama technologia. Zmianę stanowić może pojawienie się nowego podmiotu, który swoją atrakcyjność będzie miał w tym, że zapewni o niegromadzeniu danych użytkowników i kasowaniu ich wirtualnych śladów. Zuboff uważa również, że państwa muszą wrócić do pracy na rzecz demokracji. Potrzebna jest zorganizowana akcja w celu ustanowienia odpowiedniej równowagi między kapitałem informacyjnym a inwigilacyjnym, aby społeczeństwo nie martwiło się o swoją wolność i bezpieczeństwo. Hannah Arendt, w swoich wieloletnich pracach poświęconych totalitaryzmowi, widziała w poczuciu osamotnienia przez jednostkę i izolacji politycznej, przyczynę powstania tej ideologii (Kula, 2011). To właśnie ograniczona swoboda poruszania się jednostki

w świecie i pozbawianie jej procesów poznania i decyzji pchała ludzi w totalitaryzm, który wydawał się ostatnim ratunkiem dla świata. Podobna sytuacja ma miejsce obecnie, gdzie nie wyobrażamy sobie innego życia niż pod wodzą korporacyjnych gigantów.

Shoshana Zuboff twierdzi, że kapitaliści inwigilacji są podobni do innych kapitalistów w swoim żądaniu przywileju nieograniczonej wolności. Jednak współczesny kapitalizm nie charakteryzuje wolność i ignorancja, ale wolność i wiedza. Kapitał intelektualny w obecnych czasach liczy się dużo bardziej niż kapitał finansowy. Tym samym korporacyjni giganci zabierają moc sprawczą i wolną wolę społeczeństw, którymi się otaczają. Autorka powołuje się na kapitalistyczne stosunki społeczne opisane przez Adama Smitha, w których działalność firm opiera się na relacji pracownik-klient. „Kapitalizm inwigilacji idzie dalej. Nie tylko odrzuca stanowisko Smitha, ale także formalnie znosi wszelkie pozostałe jeszcze relacje wzajemności ze swoimi społeczeństwami” (Zuboff, 2019, s. 679). Wyjątkowym jest brak tych relacji, co może stanowić zagrożenie dla demokracji. Historia pokazuje, że naruszanie zasad wzajemności i związku kapitalizmu przemysłowego z wkładem pracujących „mas” prowadzi do zachwiania demokracją, a do unormowania tego stanu rzeczy potrzebna jest rewolucja jak podczas wojny o niepodległość w Stanach Zjednoczonych. Kolejną cechą kapitalizmu nadzoru jest nowa forma kolektywizmu, w której to nie państwo, ale sam rynek ma do dyspozycji zarówno wiedzę jak i wolność (Zuboff, 2019, s. 685). Kapitaliści dbają o swoje źródło dochodów – użytkowników, którzy stanowią surowiec, twierdząc przy tym, że robią to wszystko dla ludzi i dzięki ich akceptacji. Przecież gdyby aplikacje i strony zarządzane przez Facebook czy Google były złe, czy używalibyśmy ich?

Musimy obudzić w sobie poczucie straty, gdyż jest nam coś odbierane. Korporacje nam nie zapewnią człowieczeństwa, gdyż to one przyczyniają się do jego upadku. Odbierana jest nam możliwość doświadczania, samodzielnego szukania i odkrywania, a w efekcie suwerenności i prawa do własnej opinii. Jak możemy rozpoznać, czy po setkach, a nawet tysiącach proponowanych postów, filmików i sugerowanych stron, nasza opinia jest stuprocentowo nasza? Shoshana Zuboff przekonuje, że jesteśmy dopiero na początku drogi, że w dalszym ciągu mamy czas na zadawanie pytań, dociekliwość i podjęcie starań w celu zmiany. Swoją ponad 700-stronicową rozprawę kończy refleksją na temat upadku muru Berlińskiego i tym, że my, tak jak berlińczycy możemy powiedzieć: dość! Warto na koniec przytoczyć jeszcze jedno słowa autorki, które stanowią idealne podsumowanie do rozwoju technologii i technik inwigilacji, które coraz bardziej zagrażają temu, co odróżnia nas od zwierząt – człowieczeństwu. „Niech będzie cyfrowa przyszłość, ale przede wszystkim niech będzie ona ludzka” (Zuboff, 2019, s. 707).

Bibliografia

- Algolytics*. (2018). Analityka predykcyjna – słownik pojęć. Pobrane z: <https://algolytics.pl/analityka-predykcyjna-slownik-pojec/>. [dostęp: 25.01.2021].
- Cadwalladr, C., Graham-Harrison, E. (17.03.2018). Revealed: 50 million Facebook profiles harvested for Cambridge Analytica in major data breach. *The Guardian*. Pobrane z: <https://www.theguardian.com/news/2018/mar/17/cambridge-analytica-facebook-influence-us-election>. [dostęp: 12.01.2021].
- Dettlaff, R. (2021). Cyfrowi Kolumbowie. *Prace Kulturoznawcze, Tom 25, Nr 1 (2021)*, ss. 173-176. DOI: <https://doi.org/10.19195/0860-6668.25.1.11>.
- Kula, L. (2011). Zjawisko totalitaryzmu w perspektywie dzieła Hannah Arendt. *Zeszyty Naukowe Towarzystwa Doktorantów Uniwersytetu Jagiellońskiego, Nauki Humanistyczne, Nr 2 (1/2011)*, ss. 130-138. Pobrane z: https://ruj.uj.edu.pl/xmlui/bitstream/handle/item/24095/kula_zjawisko_totalitaryzmu_w_perspektywie_dzieła_hannah_arendt.pdf?sequence=1&isAllowed=y. [dostęp: 12.01.2021].
- Madejski, M. (21.03.2018). Cambridge Analytica – czym jest firma, która pokazała Trumpowi i komuś z Polski twojego Facebooka?. *Bezprawnik.pl*. Pobrane z: <https://bezprawnik.pl/cambridge-analytica/>. [dostęp: 16.01.2021].
- Włoch, W. (2015). Dwa modele relacji wolności i bezpieczeństwa. *Przegląd Prawa Konstytucyjnego, Nr 2 (24)/2015*, ss. 149-178. DOI 10.15804/ppk.2015.02.08
- Zuboff, S. (07.07.2018). Kapitalizm inwigilacji. Nasze zachowanie jest już nie tylko śledzone, ale też zmieniane w określonym kierunku (rozm. E. Sarnacka-Mahoney). *Forsal.pl*. Pobrane z: <https://forsal.pl/artykuly/1164703,kapitalizm-inwigilacji-nasze-zachowanie-jest-juz-nie-tylko-sledzone-ale-tez-zmieniane-w-okreslonym-kierunku-wywiad.html>. [dostęp: 12.01.2021].
- Zuboff, S. (2019). *Wiek kapitalizmu inwigilacji. Walka o przyszłość ludzkości na nowej granicy władzy*. Poznań: Zysk i S-ka Wydawnictwo
- Zuboff, S. (20.02.2021). Możemy mieć albo demokrację, albo społeczeństwo kontrolowane — ostrzega prof. Shoshana Zuboff (rozm. K. Turecki). *Wiadomości Onet.pl*. Pobrane z: <https://wiadomosci.onet.pl/tylko-w-onecie/mozemy-miec-albo-demokracje-albo-spoleczenstwo-kontrolowane-ostzrega-prof-shoshana/fg1fvxv>. [dostęp: 22.02.2021].