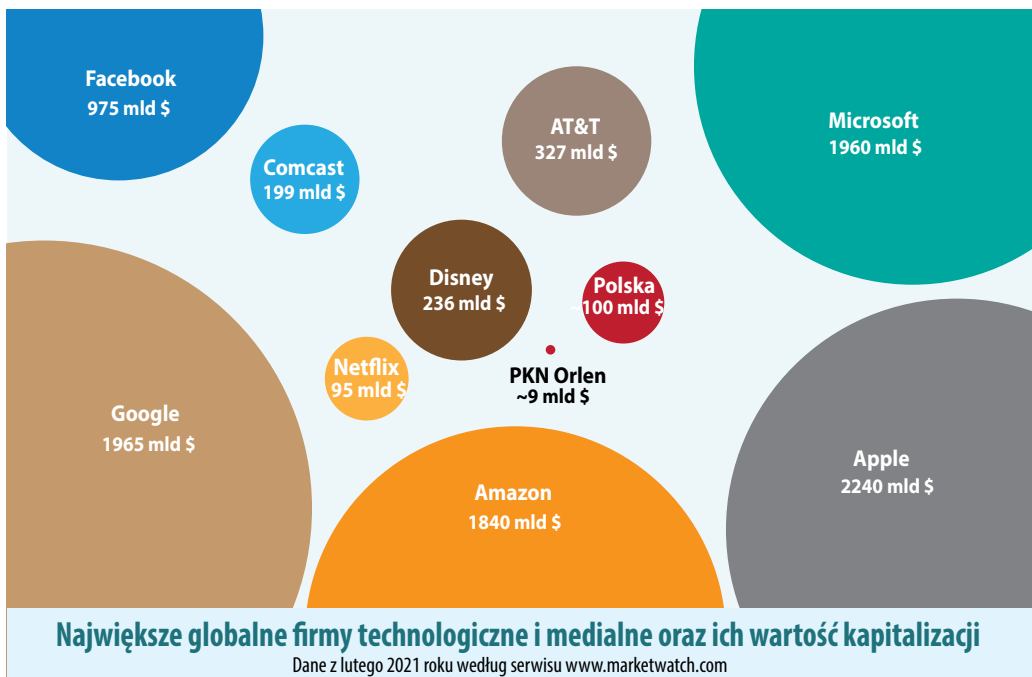


# Nowe wojny informacyjne

Alians firm medialnych i Big Techu, czyli nowe oblicza manipulacji



**T**echnologie masowego przekazu informacji ulegają coraz szybszym przemianom. Zdajemy sobie sprawę, że drukowana na papierze prasa jest coraz silniej wypierana przez przekaz elektroniczny prezentowany na stronach internetowych, a zamiast klasycznej telewizji odbiorcy coraz częściej wybierają cyfrowe przekazy wideo. Wpływ programów emitowanych na żywo ze studia radiowego lub telewizyjnego również systematycznie maleje i zastępowany jest przez aktywny udział odbiorców w informacji w cyfrowych portalach społecznościowych. Każda z tych zmian związana jest z zastosowaniem zaawansowanej technologii cyfrowej, która wykorzystuje tysiące kilometrów sieci światłowodowych, przekaz satelitarny i potężną infrastrukturę serwerową. Takie zmiany powodują, że rządy wszystkich krajów świata stają przed nowymi, nieznanymi wcześniej, poważnymi problemami. Dotychczasowa polityka medialna dotyczyła klasycznych środków masowego przekazu, przepisy prawne regulowały w lepszy lub gorszy sposób zasady panujące na rynku medialnym. Odpowiednie regulacje prawne dbały o sprawiedliwy udział różnych podmiotów na rynku medialnym, pilnowały niezależności dziennikarskiej i ustalały zasady rzetelnego i prawdziwego przekazu medialnego. Dziś te regulacje stają się zupełnie nieskuteczne, ponieważ firmy, które zdominowały cyfrowy rynek medialny, są już tak potężne, że mogą sobie pozwolić na szantaż, a właściwie otwartą wojnę informacyjną z dowolnym, nawet bardzo bogatym krajem świata.

Bolesnie przekonali się o tym mieszkańcy Australii, którzy w samym apogeum pandemii covidowej zostali odcięci od popularnego portalu społecznościowego Facebook, o czym szczegółowo pisałem w artykule „Szantaż światowych gigantów” („Nasz Dziennik”, 23.03.2021). Dzisiaj te problemy pogłębiły się jeszcze bardziej, a na horyzoncie pojawiają się już nowe, których opisów próżno szukać w popularnych serwisach informacyjnych, a które spowodują jeszcze większą dominację koncernów Big Techu nie tylko na rynkach medialnych, ale również w szeroko pojętej problematyce geopolityki. Akcentowanie tylko pewnych aspektów związanych z transformacją cyfrową, a zupełnie pomijanie innych, dużo ważniejszych, nosi już cechy wojny informacyjnej, kiedy społeczeństwo nie jest rzetelnie i uczciwie informowane o ważnych faktach, a uwaga społeczna koncentrowana jest jedynie na powszechnie widocznych objawach, a nie przyczynach nadchodzących zmian.

## Wielka awaria Facebooka

Niedawno, w poniedziałek 4 października, doszło do globalnej awarii Facebooka, która trwała około 6 godzin i dotknęła bezpośrednio około 3 miliardów użytkowników na całym świecie. Problem dotyczył nie tylko głównej aplikacji koncernu, ale również komunikatorów Messenger, WhatsApp oraz Instagram. Podczas awarii wiele osób po raz pierwszy miało okazję się przekonać, że Facebook to nie tylko popularna „niebieska tablica” z postami od znajomych i przyjaciół, ale potężne imperium informatyczne, kontrolujące dużą ilość

kanałów informacyjnych. Awarię najbardziej dotkliwie odczuli najbardziej, czyli osoby, które wykorzystują tę platformę do prowadzenia własnej działalności gospodarczej, organizacje charytatywne i liczne fundacje, które nie posiadają własnych systemów informatycznych i są niejako skazane na „łaskę” globalnego koncernu. Jednocześnie te małe, społeczne inicjatywy nie mają za-

**Big Tech w połączeniu z wielkimi firmami medialnymi może zacząć przypominać typową Orwellovską utopię kontrolującą rzeczywistość**

dnej alternatywy, bez Facebooka ich działalność jest niemożliwa. Gdyby te małe firmy korzystały z komercyjnych, czyli płatnych usług, innych niż Facebook firm informatycznych, to mogłyby wystąpić o odszkodowanie na podstawie klasycznych zasad wynikających z podpisania umowy handlowej. Jednak korzystają z Facebooka, nie płacąc zazwyczaj żadnych bezpośrednich opłat, a jedynie przekazując informacje o sobie i swoich znajomych. Dlatego odpowiedzialność Facebooka jest określona jedynie regulaminem Facebooka, a nie

przepisami dotyczącymi prawa handlowego. A w regulaminie, który każdy użytkownik musi zaakceptować, zanim zacznie korzystać z usług Big Techu, jest wyraźnie napisane, że jeśli przedsiębiorca korzysta z Facebooka w celach biznesowych lub handlowych, to musi zdawać sobie sprawę, że odpowiedzialność firmy ogranicza się jedynie do kwoty 100 dolarów, a spór w tym zakresie trzeba rozstrzygnąć przez sąd w Irlandii, na terenie której znajduje się siedziba tego Big Techu. Zatem jeśli ktoś miał nadzieję na ochronę prawną, to jest ona raczej iluzoryczna, ponieważ wszelkie spory z Facebookiem będą rozstrzygane zgodnie z prawem irlandzkim. Nie wiem, ile polskich kancelarii prawnych ma odpowiednią praktykę w irlandzkim prawodawstwie, ale z pewnością nie są to usługi tanie, zwłaszcza że po stronie Facebooka spotkamy przedstawicieli największych światowych korporacji prawniczych. Zatem dochodzenie swoich praw przez pojedynczego użytkownika jest właściwie niemożliwe.

A przecież Facebook to tylko jeden element potężnego konglomeratu GAFAM, który praktycznie kontroluje cały rynek usług cyfrowych, w szczególności informacyjnych i medialnych. Aby zrozumieć, jak potężne możliwości mają przedstawiciele tej grupy, należy dokładnie przestudiować schemat zamieszczony powyżej. Widzimy na nim największe globalne firmy technologiczne i medialne oraz ich wartość kapitalizacji (dane z lutego 2021 r. według serwisu [www.marketwatch.com](http://www.marketwatch.com)) przedstawione w postaci schematycznych kolorowych pól, których średnica jest proporcjonalna do ich wartości. Największe firmy zostały umieszczone na krąworęczniach grafiki, ponieważ ich wartość finansowa jest wielokrotnie większa niż najważniejszych, globalnych firm medialnych. Dla porównania schemat obrazuje również wartość PKB Polski, przedstawioną czerwonym kolorem, oraz wartość naszej flagowej firmy PKN Orlen. Warto zauważyć, że nasz krajowy potentat, który ciągle inwestuje na rynku, w odniesieniu do największych firm Big Techu jest dosłownie małą kropeczką. Taka jest skala zależności kapitałowych na globalnych rynkach, to Big Tech może dyktować warunki zarówno finansowe, jak i inne, te, które uznają za najważniejsze ze swojego punktu widzenia. Zatem marnym pocieszeniem dla użytkowników Facebooka jest informacja, że jego wartość giełdowa po globalnej awarii spadła o 6 mld dol., bo to zaledwie pół procenta jego wartości giełdowej. Przecież tych pieniędzy nie stracił ani właściciel Facebooka Mark Zuckerberg, ani jego pracownicy. Co najwyżej stracili niektórzy inwestorzy giełdowi, ale z pewnością są też tacy, którzy na tym zyskali. Według ekspertów finansowych

ta awaria to kolejny poważny sygnał ostrzegawczy pokazujący, jakie konsekwencje może mieć dalszy, niekontrolowany wzrost finansowy cyfrowych gigantów. Pamiętajmy również, że sami przyczyniamy się do ich bogactwa każdym naszym kliknięciem, czy to w oknie wyszukiwarki internetowej, przeglądaniem najnowszych postów na portalu społecznościowym, czy też rozmową z naszymi bliskimi za pomocą komunikatora.

## Big Tech przejmując wytwórnie filmowe

Legendarna amerykańska wytwórnia filmowa Metro-Goldwyn-Mayer (MGM), mająca swoją siedzibę w kalifornijskim Beverly Hills, została założona prawie sto lat temu, w 1924 roku. Zapewne wszyscy znają logo firmy – to ryczący dwukrotnie lew – które poprzedza każdy film zrealizowany w tej wytwórni. Dalsze losy tej wytwórni będą zależały od firmy z grupy Big Tech – Amazona (na schemacie kolor brązowy), który 26 maja ogłosił, że zamierza wyłożyć 8,45 mld dol. na jej zakup. Tyle kosztuje, zakupiona również przez Amazon, potężna skarbnica własności autorskiej do wyprodukowanych przez MGM tysięcy filmów, seriali i materiałów medialnych. Co ma zamiar zrobić z tak dużym archiwum filmów koncern Amazon, który jest powszechnie znany jako właściciel największego sklepu internetowego, a informatykom kojarzy się z kolei z największym właścicielem farm serwerowych, które obsługują większość światowego internetu? Agencja Reutersa podaje, że ma on zamiar wykorzystać ten potencjał do tworzenia nowych programów i filmów opartych na popularnych bohaterach i skojarzeniach z kultowymi produkcjami, które przyciągną nowych widzów do kanału streamingowego Prime, w który Amazon ma zamiar zainwestować kolejne miliardy dolarów. Obecnie ten kanał ma ponad 200 mln subskrybentów i są to w większości bardzo młodzi ludzie. Czy trudno sobie wyobrazić, że np. film „Rocky” z Sylwestrem Stallone’em w roli głównej, wyprodukowany w wytwórni MGM, w nowej streamingowej odsłonie Amazona będzie przedstawiał czarnoskórego boksera promującego „tęczowe, postępowe idee”? Natomiast klasyczny Rocky wyląduje w sejfach firmy, a jego kopie zostaną usunięte z serwerów Amazona? Przecież obecnie działania zwolenników antykultury polegają głównie na usuwaniu klasycznych dzieł i zastępowaniu ich przez nowe, postępowe produkcje. Świat medialny, jaki może zbudować Big Tech w połączeniu z wielkimi firmami medialnymi, może zacząć przypominać typową Orwellowską utopię, wyrażaną hasłem: „Kto kontroluje przeszłość, kontroluje przyszłość; kto kontroluje teraźniejszość, kontroluje przeszłość”. W świecie wirtualnym jest to niestety możliwe, a najbardziej podatni na takie manipulacje są młodzi ludzie, którzy nie znają historii i w bardzo prosty sposób można ich przekonać do najgłupszych nawet interpretacji. Dobrym przykładem jest serial „Anna Boleyn”, gdzie rolę królowej Anglii gra czarnoskóra aktorka. Tyle że możliwości ma-



FOT. ANDRZEJ STOK

## Falszowanie przeszłości, izolacja poszczególnych użytkowników w ich wirtualnych bankach mogą zmienić podstawy funkcjonowania całych społeczeństw

nipulacji za pomocą technik telewizyjnych są właściwie nulle w porównaniu z tymi, jakie można stosować w wirtualnym świecie spersonalizowanych, streamingowych przekazów wideo.

Większość dostępnych analiz dotyczących światowego rynku medialnego dokonywanych przez ekspertów europejskich zakłada klasyczny podział tego rynku na radiowy, telewizyjny, prasowy i elektroniczny. Jednak z punktu widzenia rynku amerykańskiego taki podział uległ już właściwie zatarciu, a koncerny medialne stają się tam częścią Big Techu i jak w przypadku MGM i Amazona zaczynają tworzyć nowe struktury nazywane Big Mediami. Amerykańskie globalne koncerny medialne od wielu lat wykazują stałą tendencję do koncentracji i tworzenia coraz większych struktur obejmujących różne sektory rynku medialnego. W ostatnich latach koncentrują

się one na współpracy z korporacjami Big Tech, co ma ścisły związek z rozwojem nowych technologii cyfrowych. Umożliwiają one przesyłanie treści w formie wysokiej jakości obrazów i filmów za pomocą sieci internetowej. Dlatego wytwórnie filmowe i firmy medialne stają się naturalnymi klientami korporacji Big Tech, ponieważ są one zmuszone do wynajmowania infrastruktury informatycznej, szczególnie w postaci centrów obsługi danych i sieci światłowodowych, aby zapewnić sobie większą liczbę odbiorców. Użytkowanie takiej infrastruktury jest oczywiście bardzo kosztowne i jedynie największe firmy stać na uczestnictwo w globalnej konkurencji medialnej. Dlatego coraz częściej będą pojawiały się konglomeraty firm zajmujących się jedynie technologią cyfrową i firmami medialnymi.

Od wielu lat obserwujemy spadek oglądalności telewizji klasycznej, kiedy rodzina mogła się spotykać przed telewizorem, aby obejrzeć wspólnie jakiś film lub program edukacyjny. Pomimo krytyki takiego sposobu spędzania wolnego czasu przed szklanym ekranem, był to zwyczaj jednoczący w jakiś sposób całą rodzinę. Jeszcze niedawno niektórzy usuwali telewizor ze swoich domów, traktując go jako element dezorganizujący normalne życie. Jednak szybko przyszła nowa technologia, która zamknęła każdego członka rodziny w jego własnym świecie medialnym, w którym spędza czas przed ekranem smartfona albo laptopa. Skończyły się „kłótnie rodzinne”, czy obejrzeć film, mecz czy program rozrywkowy. Niektóre rodziny już zauważyły, jak bardzo destrukcyjnie

wpływa na nie taki sposób spędzania czasu, a przede wszystkim, że tracą kontrolę nad dziećmi, które same wybierają treści za pomocą smartfona. Nie muszą one używać klawiatury, umiejętność czytania i pisanie jest zredukowana do minimum, wystarczy tylko sprawny kciuk, aby za pomocą odpowiednio przygotowanych interfejsów graficznych odnaleźć ulubiony film. A nad doborem treści, zwanej w żargonie technologicznym „contentem”, pilnie czuwają algorytmy stosowane przez Big Tech. Technologia streamingowa promuje wybrane treści i sprawdza poprawność ideologiczną nie tylko wyborów dokonywanych przez widzów, ale również ich profili emocjonalnych i preferencji politycznych. Apele o ograniczenie stosowania smartfonów są nieskuteczne, to urzędnicy, które zastępując telewizor, radio i telefon, znalazły się w rękach dzieci i młodzieży nieprzygotowanych do życia w sztucznie kreowanym świecie wirtualnym.

## Nowe narzędzie medialne – streaming

Zatem technologie streamingowe wykorzystywane w duecie firm medialnych i Big Techu wkrótce zawładną całym rynkiem medialnym. Przecież przygotowują się do tego zadania od kilku lat, inwestując setki miliardów dolarów. A jest to bardzo potężne narzędzie, pozwalające nie tylko zawładnąć rynkiem medialnym, ale może być również wykorzystywane w nowych wojnach informacyjnych o zasięgu globalnym. Falszowanie przeszłości, izolacja poszczególnych użytkowników w ich wirtualnych bankach, wielokrotnie skuteczniejszych niż te stosowane przez portale społecznościowe, mogą zmienić podstawy funkcjonowania całych społeczeństw. Powinniśmy się zatem bacznie przyglądać inwestycjom związanym ze zmianą struktur finansowych na tym polu, ponieważ już niedługo będą miały one decydujące znaczenie.

W tym kontekście powinniśmy również spojrzeć na dysktutowany w ostatnich miesiącach i złożony w Sejmie RP 7 lipca 2021 r. projekt nowelizacji ustawy o radiofonii i telewizji. W mediach działających na terytorium Polski dyskusja na ten temat koncentrowała się tak naprawdę na dość nieistotnych szczegółach, takich jak siedziba firmy TVN na amsterdamskim lotnisku Schiphol czy też przedstawianych przez partie opozycyjne bezrefleksyjnych sloganach o tzw. wolnych mediach. Istota problemu, która dotyczy bezpośrednio struktur kapitałowych, w jakich znajduje się obecnie TVN, nie została właściwie przedstawiona. A jest ona niezmiernie ważna i ściśle zależy od dynamicznej sytuacji na styku firm medialnych i Big Techu. Jest ona dość skomplikowana, ale dotyczy najbliższej przyszłości naszego polskiego rynku medialnego. Te zagadnienia postaram się szczegółowo przedstawić w kolejnym artykule. ●

Dr Grzegorz Osiński

