

Internet
.
Czas
się bać

WOJCIECH
ORLIŃSKI



INTERNET. CZAS SIĘ BAĆ

Redakcja: Mariusz Burchart
Konsultacja: Paweł Dembowski
Indeks nazwisk: Katarzyna Ziola-Zemczak
Korekta: Bartosz Choroszewski

Projekt okładki: Przemek Dębowski i Wojtek Kwiecień-Janikowski
Zdjęcie na okładce: Marcin Klaban
Opracowanie graficzne: Elżbieta Wastkowska

Wydawca:
Agora SA
ul. Czerska 8/10
00-732 Warszawa

Redaktor naczelny:
Paweł Goźliński

Producenci wydawniczy:
Małgorzata Skowrońska, Robert Kijak

Koordinacja projektu:
Magdalena Kosińska

© Copyright by Agora SA 2013
© Copyright by Wojciech Orliński 2013

Wszystkie prawa zastrzeżone
Warszawa 2013

ISBN: 978-83-268-1298-9
Druk: Drukarnia Perfekt

WOJCIECH ORLIŃSKI

INTERNET. CZAS SIĘ BAĆ

Spis treści

ZAMIAST WSTĘPU	7
JAK STRACILIŚMY WOLNOŚĆ WYBORU	13
JAK STRACILIŚMY PRAWA	37
JAK STRACILIŚMY DOSTĘP DO INFORMACJI	61
JAK STRACILIŚMY PRYWATNOŚĆ	89
JAK STRACILIŚMY WOLNOŚĆ SŁOWA	119
JAK STRACILIŚMY PRACĘ	151
JAK STRACILIŚMY KULTURĘ	181
JAK STRACILIŚMY TRANSPARENTNOŚĆ	211
JAK TO WSZYSTKO ODZYSKAĆ	237
JAK WSADZIĆ KIJ W SZPRYCHY	263
 BIBLIOGRAFIA	 281
INDEKS OSÓB	283

ZAMIAST WSTĘPU

Drodzy czytelnicy, napisałem tę książkę, żeby was przestraszyć. Na pewno przeczytaliście już niejedną optymistyczną opowieść o tym, jak to „internet nie jest zagrożeniem, lecz szansą”. Albo o „demokracji na Facebooku”. Albo jak „Twitter obala reżimy”. Albo o tym, jak to każdy teraz może przez internet studiować na Harvardzie, wydać własnym sumptem bestseller i jeździć samochodem wydrukowanym za darmo na drukarce 3D.

Jeśli uważnie śledzicie media, słyszeliście to wiele razy. Zapewne tak wiele, że zaczęliście to traktować jak oczywisty element wiedzy o współczesnym społeczeństwie.

Będę się starał w kolejnych rozdziałach wykazać, że to wszystko nieprawda. Domyślam się, że nie zgodzicie się ze mną tak od razu – i szczerze mówiąc, nawet nie chcę, żebyście to zrobili bez czytania książki. Jestem w końcu autorem, nie kaznodzieją.

Odbyłem na te tematy wiele rozmów ze swoimi znajomymi, więc prawdopodobnie już słyszałem większość kontrargumentów, jakie będziecie wysuwać przeciwko tezom zawartym w tej książce. Sprowadzają się one do „ale ja nie mam się czego obawiać” w dwóch, zasadniczo odmiennych wariantach.

Pierwszy słyszę najczęściej od znajomych z grubsza w moim wieku. Owszem, przyznają oni, młodzież przesadza z tymi wszystkimi ajfonami i fejsbukami, ale nas to przecież nie dotyczy. Po pierwsze, my jesteśmy ostrożniejsi, a po drugie, my jeszcze ciągle mamy nasze księgarnie, nasze papierowe gazety, nasze sklepy z płytami. I wierzymy, że tak będzie zawsze, więc nigdy nie zostaniemy zmuszeni do przymusowej cyfryzacji. Ludzie w moim

wieku odczuwają często dumę z tego, że gdy zgaśł sygnał w analogowym telewizorze, po prostu przestali oglądać telewizję. „Wolę poczytać książkę albo pójść na spacer” – mówią.

Drugi wariant to z kolei riposty młodych ludzi, którzy nie mniejszą dumę czerpią z nazywania siebie „cyfrowymi tubylcami”. Sieć to ich życie! Też nie oglądają telewizji, ale z kolei dlatego, że są zbyt zajęci informowaniem na Twitterze, że właśnie wrzucili na Facebooka nowy film ze swojego vloga. „Cyfrowi tubylcy” uważają, że nie mają się czego obawiać, bo już dobrowolnie zrezygnowali z prywatności. Nie mają nic do ukrycia.

Jednym i drugim chciałbym odpowiedzieć podobnie – wasza sytuacja niedługo się zmieni. Cyfrowa cywilizacja za chwilę zrujnuje sympatyczny kokon, którym zadowoleni z życia obywatele w średnim wieku usiłują się odgradzić od internetu. Stracą pracę, stracą analogowe radio i telewizję, zamkną im ostatni kiosk z gazetami na osiedlu. Pomstując, sarkając i narzekając, będą jednak musieli zmienić przyzwyczajenia. Będą zmuszeni wejść w cyfrowy świat i zapewne szybko padną jego ofiarą, dając się nabrać na sztuczki, które starych wyjadaczy tylko rozśmieszają.

Ale i ci młodzi cyfrowi tubylcy nie powinni się czuć bezpiecznie. Choćby dlatego, że ten system wyznaczył im nieciekawą rolę. W mediach modnym tematem ostatnio są młodzi ludzie, którzy nie chcą się wyprowadzić przed trzydziestką od rodziców. Media opisują to w rubryce „styl życia”, a powinny w rubryce „ekonomia”.

W moim pokoleniu modne jest narzekanie na roszczeniową młodzież, tak jakby im było równie łatwo dostać pracę, jak nam 20 lat temu. Pierwszy etat miałem w wieku 24 lat, po trzymiesięcznym stażu. Zarabiałem, w moim subiektywnym odczuciu, bardzo mało, ale jednak wystarczająco na wynajęcie mieszkania z dobrym dojazdem do centrum.

Dlatego jeśli w ogóle narzekam na młodzież, to najwyżej na jej niedostatek roszczeniowości. Zabrali wam szansę na stabilny rozwój, którą miało moje pokolenie. Skazali was na niekończące się wolontariaty, darmowe staże, śmieciówki i kredyty do grobowej deski. Zamiast porządnej edukacji dostaliście Wikiped-

dię, zamiast dostępu do kultury pirackie serwisy, zamiast wolności słowa hejt na Facebooku.

I wy jesteście dumni z miana „cyfrowych tubylców”? Jeśli ktoś tu ma powody do dumy, to są to ci cwani kolonizatorzy, którzy wam zabrali tak dużo, w zamian dając e-perkal i cyfrowe paciorki. Historia pokazuje, że tubylcy, cyfrowi czy analogowi, na dalszą metę kiepsko wychodzą na takich transakcjach.

Niezależnie od tego, co nowy wspinały cyfrowy świat ma do zaoferowania każdemu z nas jako jednostce, wszyscy powinniśmy się martwić skutkami społecznymi. Nawet mieszkańcy NRD nie byli inwigilowani przez Stasi tak skutecznie, jak my jesteśmy codziennie inwigilowani przez sektor prywatny i publiczny. Nigdy w historii ludzkości nie pojawiła się sytuacja, w której wolność słowa, tajemnica korespondencji czy przepływy pieniędzy zależały od kilku korporacji, których działalność nie podlegała regulacji. W historii Europy, dodajmy, nigdy nie zdarzyła się taka zależność od korporacji z innego kontynentu.

Oczywiście, zdarzały się już w historii wynalazki, które wywracały świat do góry nogami. Druk, kolej, telegraf, automobil, telefon, radio i telewizja z czysto technicznego punktu widzenia rewolucjonizowały gospodarkę nie mniej niż dzisiaj internet.

Nigdy w historii nie było jednak tak, że państwo puszczało te dziedziny na wolnorynkowy żywioł i obojętnie patrzyło, jak kontrolę obejmują monopoliści. Pierwsi drukarze działali na mocy królewskich przywilejów. Pierwsze linie kolejowe w drugiej połowie XIX wieku nacjonalizowano (Europa) lub integrowano w transkontynentalną sieć pod nadzorem państwa (USA). Pierwsze linie telefoniczne i telegraficzne albo były państwowe, albo prywatne, ale objęte państwowymi regulacjami. To samo dotyczy radia i telewizji, tam ograniczenia i silna rola nadawców publicznych zostały zresztą do dzisiaj.

Czy demokracja poradzi sobie z wyzwaniem, jakim jest działalność ponadnarodowych monopolistycznych korporacji kontrolujących przepływ informacji, pieniędzy i korespondencji? Nie wiadomo, nigdy jeszcze nie przeszła takiego testu. A i obecny test trwa dosyć krótko, jeszcze kilka lat temu to wszystko nie było tak scentralizowane, jak obecnie. Na czele rządów wielu

krajów demokratycznych jeszcze dziś stoją politycy, którzy obejmowali tę funkcję w czasach, gdy w internecie rywalizowały ze sobą różne konkurencyjne serwisy społecznościowe, wyszukiwarki czy księgarnie wysyłkowe.

Napisałem tę książkę, bo frustruje mnie brak tego tematu w dyskursie publicznym. Politycy bawią się Twitterem z gorliwością gimnazjalisty obdarowanego smartfonem na urodziny. Dziennikarze technologiczni ekscytują się kolejnymi wodotryskami w kolejnych wersjach gadżetów. Większość pieje z zachwyty, mało kto pyta o zagrożenia.

A ja uważam, że najwyższy czas o to zapytać. Najwyższy czas zacząć się bać. Mam nadzieję, że chociaż część państwa pod koniec lektury dołączy do ligi zaniepokojonych. Zapraszam.

–Pozwólcie, że wyjaśnię to jeszcze raz
–zapropo nował Milo nieco już zniecierpliwiony, wskazując kciukiem złodzieja mającego słabość do słodyczy, który stał za nim, ani na chwilę nie przestając się uśmiechać. –Wiedziałem, że on woli daktyle od prześcieradła. Ponieważ nie rozumie ani słowa po angielsku, zażądałem, żeby całą transakcję prowadzić w języku angielskim
–Dlaczego nie dałeś mu zwyczajnie w łeb i nie zabrałeś prześcieradła? –spytał Yossarian.
Zaciskając z godnością wargi, Milo potrząsnęła głową.
–Byłoby to wysoce niewłaściwe –powiedział surowo.
–Przemoc to zło, zła nigdy nie uda się zwalczyć złem. Mój sposób był znacznie lepszy. Kiedy pokazałem mu daktyle i wyciągnąłem rękę po prześcieradło, pomyślał, że proponuję mu handel wymienny.
–A tobie o co chodziło?
–Prawdę mówiąc, rzeczywiście proponowałem mu wymianę, ale ponieważ on nie rozumie po angielsku, zawsze mogę temu zaprzeczyć.
–No, a jeśli on się zdenerwuje i weźmie te daktyle?
–Wtedy damy mu w łeb i odbierzemy daktyle
–odpowiedział Milo bez chwili namysłu.

Joseph Heller, *Paragraf 22*, przeł. Lech Jęczy myk

JAK STRACILIŚMY WOLNOŚĆ WYBORU

**Dyktatury odbierały obywatelstwo dysydentom
albo grupom etnicznym wyznaczonym do zagłady.
Demokratyczne państwo nie może tego zrobić.
Jednak Facebook zastrzega sobie prawo,
by każdemu usunąć konto w dowolnym momencie
bez prawa apelacji**

Gdy piszę te słowa, pewien ważny i wpływowy dżentelmen ogłasza właśnie w prasie, że opuścił Facebooka. Opuścił go już jakiś czas temu, więc to nie jest jego pierwszy tekst z tego cyklu. Dżentelmen ów chwali w tych tekstach dobrodziejstwo tego kroku – ma więcej czasu na czytanie poezji Cesare Pavese, ponadto, „jak powiedział mu Zygmunt Bauman”, na Facebooku ludzie są tylko, „by świat skwapliwie informować o swoich upodobaniach, zamierzeniach i marzeniach; sympatiach i antypatiach; szlachetnych czy niecnym planach” – a on nie zamierza o tym informować świata, więc po co mu to.

Podziwiam, zazdroszczę, gratuluję nowej drogi życia. Ale nie sędzę, żebym ja miał w tej kwestii realny wybór. Czy mają go inni? Prawo do „niebycia na Facebooku” nie jest przywilejem dostępnym kurczącej się grupce obywateli powyżej pewnego progu społecznego, majątkowego i wiekowego.

Czy taki wybór ma na przykład gimnazjalista, któremu nauczycielka oznajmi, że informacje o życiu klasy – terminy klasówek, plany wycieczkowe, wywiadówki, zastępstwa – będą publikowane „na profilu klasy na Facebooku”? Czy ma go

licealista, dla którego „niebycie na Facebooku” oznacza odcięcie od kręgu rówieśniczego? Czy będzie go miał student, boleśnie świadomy – jak to dzisiejsi studenci – że najwyższy czas na budowanie sieci kontaktów społecznych dających nadzieję na znalezienie pracy po studiach jest na pierwszym roku, bo potem będzie już na to za późno?

A jak już znajdzie tę pracę, to czy może dalej mówić o wyborze, jeśli do założenia konta na Facebooku zmusi go pracodawca lub niewidzialna ręka rynku? Coraz mniej jest zawodów, w których można sobie pozwolić na luksus „niebycia na Facebooku”.

W moim zawodzie już raczej nie można. Z tym większą radością (nie ma większej frajdy od *Schadenfreude*) obserwuję, jak ten przywilej tracą także inne grupy zawodowe. Okazuje się, że luksus „niebycia na Facebooku” stracili nawet szpiedzy.

W „Wall Street Journal” opisano problem, który wyszedł na jaw przy okazji aresztowania w Moskwie domniemanego amerykańskiego szpiega Ryana C. Fogle’a. Ta historia przypomina dwudziestowieczne zimnowojenne thrillery szpiegowskie – ale z dwudziestopierwszowiecznym smaczkiem¹.

Według rosyjskiego oskarżenia Fogle przyjechał do Moskwy jako trzeci sekretarz ambasady. Jego prawdziwym zamiarem było jednak rekrutowanie informatorów dla amerykańskiego wywiadu. Rosyjski kontrwywiad zastawił na niego pułapkę. Fogle został przyłapany w teatralnych okolicznościach (z peruką i torbą pełną banknotów po pięćset euro oraz pisemną obietnicą wypłacenia miliona dolarów za informacje o sytuacji wojskowej na północnym Kaukazie) podczas nieudanej próby rekrutacji rosyjskiego oficera².

Skończyło się to wydaleniem dyplomaty, wezwaniem ambasadora na rozmowy, niewielkim skandalem (jakże nieistotnym wobec dwudziestopierwszowiecznych skandali dyplomatycznych, z którymi USA musiały się borykać parę miesięcy później – do których wrócimy pod koniec książki) oraz dociekaniem ze strony dziennikarzy – czy Fogle to prawdziwe nazwisko? Czy taki ktoś w ogóle istnieje? A jeśli istnieje, to czy ma konto na Facebooku?

Okazało się, że istnieje. I ma. Fogle miał konto na Facebooku, dostępne dla jego 243 znajomych.

Jeden z nich udostępnił dziennikarzom część informacji, które można było wyczytać z tego profilu – można się z niego było dowiedzieć, że Fogle pracuje dla Departamentu Stanu, podróżuje często między Europą a USA, lubi restaurację „Ray the Steaks” w Arlington, poza Moskwą zwiedzał też ostatnio Mont-Saint-Michel we Francji i Kraków w Polsce, bo wrzucał zdjęcia z wycieczek.

Dlaczego szpieg ujawnia takie informacje pod swoim nazwiskiem? Po CIA oczekiwalibyśmy przecież, że w pierwszej kolejności zabroni swoim agentom wrzucania do mediów społecznościowych informacji typu „jestem właśnie w Krakowie” albo „często jem steki u Raya”, w dodatku pod prawdziwym imieniem i nazwiskiem. Czy to nie ułatwia zadania stronie przeciwnej?

Nie, wyjaśnia „Wall Street Journal”, powołując się na anonimowe źródło w agencji. Agent nie może się wyróżniać w tłumie. W tłumie, w którym wszyscy mają konto na Facebooku, wyróżnia się ten, kto go nie ma.

Nikt się nie rodzi tajnym agentem (może z wyjątkiem Władimira Putina). Rekrutacja następuje przecież zwykle gdzieś na studiach lub wkrótce po ich ukończeniu. Zdolny student mówi znajomym, że będzie teraz pracował dla rządu, nie wskazując, dla jakiego konkretnie resortu. Gdyby wkrótce po dyplomie wykasował konto albo zerwał dawne, studenckie znajomości – to byłoby tak, jakby zaczął rozdawać wizytówki „Ryan C. Fogle, szpieg”.

To samo zresztą mógłby wpisać do kwestionariusza wizowego, przyjeżdżając do Rosji jako rzekomy pracownik Departamentu Stanu, który nigdy nie wrzucił do internetu zdjęcia z wycieczki. Skoro inni cywilni pracownicy to robią – to ten jedyny, który się wyróżnia, będzie miał swoje prawdziwe przeznaczenie wypisane na czole. Nawet szpiedzy CIA już nie mają luksusu wolnego wyboru w tej kwestii, pracodawca też zmusza ich do aktywności w serwisach społecznościowych.

@@@

Ci, którzy mimo wszystko uważają, że ich zawód – szczęśliwie niebędący zawodem dziennikarza, nauczyciela ani dyplomaty – nigdy ich nie przymusi do założenia konta na Facebooku, mogą się spotkać z jeszcze innego rodzaju niespodzianką. Od grudnia 2008 roku społecznościowy gigant oferuje usługę Facebook Connect, która pozwala się logować do innych serwisów za pomocą facebookowego konta.

Obserwatorzy technologii często interpretują to jako wstęp do uczynienia tego konta wirtualnym odpowiednikiem dowodu osobistego. Tak odczytał to niemiecki artysta Tobias Leingruber, który w lutym 2012 zaprezentował światu swój „facebookowy dowód osobisty” – przypominający realne dokumenty wystawiane obywatelom przez państwa, tyle że zawierający datę przyłączenia do serwisu w miejscu daty urodzenia i kod QR do szybkiego skanowania telefonem komórkowym.

Różne rządy, w tym niemiecki, wydały obywatelom nowe paszporty, które oferują także możliwość identyfikacji internetowej, ale prawdopodobnie ich technologie nigdy nie staną się popularne ze względu na już istniejącą strukturę Facebooka – napędzaną naszym lenistwem (lub wygodą). Spójrzmy na to z drugiej strony – przyszłość, w której Dowód Facebookowy stanie się ważniejszy od jakiegokolwiek dokumentu rządowego, nie wydaje się nierealistyczna. Jesteśmy już w połowie drogi

– napisał Leingruber na blogu, który stworzył specjalnie dla tej artystycznej akcji³.

W założeniu miała ona polegać na tym, że podobne karty będą dostawać ludzie odwiedzający performance Leingrubera. Otworzył on w tym celu specjalną stronę internetową „FB Bureau”, której estetyka przypominała zbitkę Facebooka i niemieckiej biurokracji. Elementem performance było ustawienie w przestrzeni wystawowej biurka, w którym „urzędniczka” w niebieskim kostiumie i pod niebieskim krawatem będzie wydawać formularze i „facebookowe dowody”.

Akcja Leingrubera wywołała początkowo sprzeczne reakcje. W pierwszych internetowych relacjach interpretowano ją czasem jako tęsknotę za epoką, w której takie dokumenty staną się rzeczywistością, czasem zaś jako głos sprzeciwu wobec kierunku, w jakim idzie świat⁴. Leingruber w pierwszym wpisie unikał jednoznacznej deklaracji, zapewne zakładając, że dobra sztuka powinna być otwarta na różne odczytania.

Życie tymczasem samo dopisało swoją interpretację. Czy domyślają się już państwo, czym skończyła się akcja Leingrubera? Jeśli ktoś jeszcze nie zna tej historii, proponuję na chwilę zatrzymać lekturę. Jej puenta, jak się już ją zna, jest dosyć oczywista, ale wtedy, wiosną 2012, wiele osób było nią naprawdę zaskoczonych, z samym Leingrubem na czele.

Skończyło się to, oczywiście, pismem od prawników korporacji Facebook, Inc. z żądaniem natychmiastowego zaprzestania naruszania zastrzeżonych znaków towarowych należących do tej korporacji (czyli tak zwanym listem „cease and desist”). W obecnej wersji akcja Leingrubera nazywa się więc już „Social ID Bureau”, a słowo „Facebook” na zdjęciach „dowodów osobistych” zasłonięto prymitywnym czarnym prostokątem, niczym oczy podejrzanym w mediach⁵.

Życie dopisało więc puentę do akcji Leingrubera, wymownie demonstrując, czym się różni komercyjna korporacja od państwa. Państwo powinno służyć wszystkim swoim obywatelom. To oczywiście tylko teoria, wszyscy mamy powody do narzekania na praktykę – ale w przypadku korporacji nie ma nawet takiej teorii. Korporacja kieruje się zyskiem akcjonariuszy.

Wydając paszport czy dowód osobisty, państwo jednocześnie określa czyjeś obywatelstwo i potwierdza tym czyjeś prawa obywatelskie. Nie może odmówić nikomu uprawnionemu.

Tylko dyktatury odbierały obywatelstwo dysydentom albo grupom etnicznym wyznaczonym do zagłady. Demokratyczne państwo nie może tego zrobić. Musi służyć wszystkim, respektując ich prawa, chociaż czasami gołym okiem widać, że to się nie opłaca.

Koszty obsługi obywatela, który jest na przykład nieuleczalnie chory albo ma nieresocjalizowalne skłonności przestępcze,

przekroczą wszystko, co ten obywatel kiedykolwiek wpłaci do wspólnej kasy jako podatki, jeśli w ogóle wpłaci cokolwiek. A jednak jest on tak samo pełnoprawnym obywatelem, jak ciężko pracujący drobnomieszczanin (często ku irytacji tego ostatniego).

Facebook zastrzega sobie prawo, by każdemu usunąć konto w dowolnym momencie na podstawie arbitralnej decyzji bez prawa apelacji. Z godła i flagi demokratycznego państwa można sobie swobodnie żartować, bo te traktowane są jak wspólna własność wszystkich obywateli. Spróbujcie jednak tak samo zażartować z korporacyjnych logotypów, od razu będziecie mieli korporacyjnych prawników na karku.

Świat, w którym zamiast dowodu osobistego z godłem państwa będziemy mieli dokumenty z logotypem korporacji, będzie jednocześnie światem, w którym stracimy prawa obywatelskie. Zamiast nich będziemy mieli tylko takie prawa, jakie łaskawie przyznaje nam korporacja, zastrzegająca sobie możliwość odebrania ich bez podawania przyczyn – taki zapis widnieje w regulaminie każdego serwisu internetowego.

O skutkach tego zjawiska będę szerzej mówić w następnym rozdziale. Teraz chciałbym się skupić na innym problemie, jakim jest to, że to już nie jest kwestia naszego swobodnego wyboru. Nie będzie nigdy referendum typu „czy chcesz, żeby Facebook zastąpił dowód osobisty”. Po prostu pewnego dnia obudzimy się w takim świecie.

Parę osób już się obudziło. Wkrótce po tym, jak Leingruber przeprowadził swój performance w Berlinie, w Londynie okazało się to rzeczywistością. W maju 2012 BBC poinformowało, że brytyjskie kluby zaczynają na wejściu żądać od gościa pokazania konta facebookowego jako warunek przejścia przez selekcję⁶.

To ma sens. W końcu każdy może się po prostu wystroić w odpowiednie ciuchy i udawać, że jest dostatecznie cool, żeby go wpuszczono. Pielęgnowanie konta na Facebooku wymaga bycia cool w rzeczywistości. Można w ten sposób zdemaskować impostora, który do klubu wchodzi w koszulce

zgodnej z najnowszymi trendami, ale na Facebooku skrycie lajkuję zespół Dire Straits.

A jeżeli ktoś w ogóle nie ma konta? Albo w ogóle nie ma smartfona z facebookową aplikacją? No cóż, nie dla niego prestiżowe kluby. Niech się bawi gdzie indziej, nudziarz jeden.

@@@

Z perspektywy mężczyzny w wieku średnim dramat „nieprzejsia selekcji w klubie” wydaje się oczywiście czymś zasługującym najwyżej na lekceważący uśmiech i wzruszenie ramionami. Dowcip polega jednak na tym, że nigdy nie wiemy, gdzie i kiedy drogę zastąpi nam wirtualny bramkarz, który tonem nieznoszącym sprzeciwu zażąda okazania konta na Facebooku, a w razie braku takowego – wyprosi nas za drzwi. On jest jak hiszpańska inkwizycja ze skeczu Monty Pythona, nikt się go nie spodziewa, dopóki Michael Palin nie wyskoczy zza kadru z triumfalnym okrzykiem „NOBODY expects the Spanish Inquisition!”

W listopadzie 2012 Krytyka Polityczna zmodernizowała swój serwis internetowy, zmieniając jego nazwę na Dziennik Opinii. Nowa, lepsza makieta przypadła do gustu chyba wszystkim piszącym o tym mediom, nikt jednak nie zauważył tego drobiazgu, że przy okazji zniknął stary system komentowania (wraz z samymi komentarzami zresztą), zastąpiony komentarzami zintegrowanymi z Facebookiem.

Okazuje się więc, że każdy, kto chciałby skomentować tekst Krytyki Politycznej o, dajmy na to, Cesare Pavese, musi mieć obowiązkowo konto na Facebooku. Przywołany przeze mnie na początku tego rozdziału publicysta zapewne nie miałby problemu z opublikowaniem swojego ewentualnego komentarza z pominięciem tego systemu – ale to tylko potwierdza moją wyjściową tezę, że przywilej nieposiadania konta na Facebooku mają dziś nieliczne osoby powyżej pewnego progu, wyznaczanego przez wiek i status społeczny.

Robi tak nie tylko Krytyka Polityczna. Od początku na przykład (czyli od lutego 2012) komentarze zintegrowane z Facebookiem ma kierowany przez Tomasza Machałę i Tomasza Lisa

internetowy serwis Na Temat.pl. Od dawna też dziennikarze Polskiego Radia przyzwyczaili nas, że ciągle jesteśmy w ich audycjach odsyłani do komentowania „na naszym profilu na Facebooku” (i też jakoś mało kogo interesuje dyskusja, czy publiczny nadawca powinien za publiczne pieniądze naganiać klientów amerykańskiej korporacji).

Jeśli ktoś zupełnie nie interesuje ani clubbing, ani pisanie komentarzy, to może zdarza mu się słuchać muzyki? W 2011 popularny serwis muzyczny Spotify po cichu wprowadził obowiązek logowania się kontem facebookowym. Równie po cichu się z niej wycofał w 2012⁷, zapewne ze względu na zdecydowanie negatywne reakcje użytkowników. Nadal jednak w domyślnej konfiguracji oba serwisy są tak bardzo zintegrowane, że przeciętny użytkownik może nawet nie wiedzieć o tym, że może używać Spotify bez Facebooka (całkiem zresztą możliwe, że gdy państwo czytacie te słowa, ta możliwość znów zostanie odebrana – takich balonów próbnych nie wypuszcza się bez powodu).

Dlaczego Spotify, Polskie Radio czy Krytyka Polityczna decydują się na integrację swoich serwisów z Facebookiem? Najłatwiej zrozumieć Spotify. To komercyjny serwis, który w dodatku łączy z Facebookiem coś w rodzaju unii personalnej – ma wspólnego inwestora, fundusz Founders Fund, kierowany m.in. przez Seana Parkera (w filmie Davida Finchera *Social Network* świetnie gra go Justin Timberlake).

Użytkownik, który pozostawił domyślną konfigurację, integrującą konto Spotify z kontem na Facebooku, występuje mimowolnie w roli akwizytora tego pierwszego. Nieustannie informuje swoich znajomych na Facebooku o fakcie słuchania muzyki na Spotify, podając nawet konkretne tytuły i konkretnych wykonawców, których w danej chwili słucha.

Zważywszy, że większość użytkowników serwisu decyduje się na opcję bezpłatną – można zrozumieć firmę, która wciąż nie umie finansowo wyjść na plus, że chce przynajmniej tych darmozjadów – użytkowników zapędzić do roli akwizytorów wolontariuszy.

Jaki w tym interes może mieć jednak Krytyka Polityczna czy Polskie Radio? Nawet niekomercyjny serwis czy publiczny nadawca są zainteresowani redukcją kosztów. Utrzymywanie własnego systemu komentarzy wymaga utrzymywania etatowych administratorów, którzy będą dbać o porządek na forum i pilnować, żeby to wszystko działało.

W internecie niepilnowane forum natychmiast zmienia się w śmietnik – pojawiają się spamery, reklamujący viagrę z przymytu i imitacje roleksów. Pojawiają się linki, które po kliknięciu zarażają komputer nieszczęśnika mniej lub bardziej wrednym wirusem. Pojawiają się hodowcy tak zwanych farm linków (czyli ludzie usiłujący zmanipulować wynikami wyszukiwania Google). Ktoś musi tego pilnować 24 godziny na dobę przez siedem dni w tygodniu. To kosztuje.

Forum zintegrowane z Facebookiem nie kosztuje zaś nic. Wszystko to bierze na siebie Facebook. W zamian zadowala się tylko drobiazgiem – ustawieniem przed kolejnym wejściem do kolejnego klubu bramkarza domagającego się okazania konta na Facebooku. Nic dziwnego, że ci bramkarze mnożą się jak króliki.

@@@

Nie chcę zabrzmieć jak ktoś, kto w szczególny sposób krytykuje akurat Facebooka. Korporacje mają ustawowy obowiązek stania na straży interesu akcjonariuszy, więc nie można po nich oczekiwać, że będą się zachowywały inaczej. Dokładnie do tego samego – czyli do stworzenia uniwersalnej metody weryfikacji tożsamości internautów – dąży Google ze swoim systemem Google ID.

Na mniejszą skalę swoje plany mocarstwowe tego typu mają też Apple, Microsoft i Amazon. Konto Apple ID, wymyślone dawno temu jako środek do kupowania muzyki w sklepie iTunes, może dziś służyć na przykład do logowania się do płatnych serwisów gazet prenumerowanych na iPadzie. Mniej więcej do tych samych celów można się posłużyć na Kindle'u kontem Amazona.

To wszystko jest oczywiście bardzo wygodne, o czym mogę zaświadczyć jako namiętny użytkownik produktów wszystkich wyżej wymienionych korporacji. Ale dziennikarz, a do tego dziennikarz z mojego pokolenia, pamiętającego jeszcze cenzurę i drugi obieg, nie może przecież nie poczuć lekkiego zaniepokojenia w obliczu legitymowania czytelników książek i gazet.

Dotąd mówiliśmy o sprawach stosunkowo frywolnych. Ot, jeden nie wejdzie do klubu, drugi nie posłucha muzyki, trzeci nie skomentuje artykułu na portalu. Legitymowanie czytelników „New York Timesa” czy choćby „Gazety Wyborczej” za pomocą profili kontrolowanych przez amerykańskie korporacje budzi jednak mój niepokój, bo tutaj już dotykamy fundamentalnych swobód konstytucyjnych.

To przecież tak, jakby w PRL przed każdym kioskiem postawiono milicjanta, który by każdego obywatela kupującego gazety legitymował, po czym zapisywał w służbowym notesie, czy obywatel kupił dziś „Trybunę Ludu” czy jednak „Tygodnik Powszechny”. Lepiej nawet gdyby te notatki robiono cyrylicą, bo milicjant pochodziłby z innego kraju, który akurat wtedy był naszym wielkim sojusznikiem, zwalczającym islamistów w Afganistanie.

Konto na Amazonie można stracić równie łatwo, jak na Facebooku i również odbywa się to bez uzasadnienia. W październiku 2012 norweski blogger Martin Bekkelund zaskoczył świat historią swojej koleżanki Linn, która pewnego dnia odkryła, że jej konto nie działa⁸. Poskarżyła się i dostała w odpowiedzi przedziwny list od kogoś, kto się przedstawił jako Michael Murphy, przedstawiciel działu relacji z konsumentami.

„Odkryliśmy, że Twoje konto powiązane jest z innym, zamkniętym za naruszanie naszych zasad. Co za tym idzie, Twoje konto też zostało zamknięte”. Pan Michael Murphy przypomniał następnie, że Amazon rezerwuje w swoich warunkach świadczenia usług prawo do odmowy obsługi, likwidowania kont i modyfikowania treści wedle uznania, i powiadomił, że każde następne konto otwarte przez Linn również będzie natychmiast usunięte.

„Nie przypominam sobie, żebym kiedykolwiek miała inne konto na Amazonie” – odpisała Linn. – „Mam tylko to, z którego często kupuję książki na Kindle’a. Czy chodzi może o to, że książki kupuję w Amazonie brytyjskim, a mój Kindle pochodzi z amerykańskiego?”

W kolejnym liście pan Murphy nadal był bardzo uprzejmy, ale wyjaśnił, że według Amazona konto Linn było powiązane z innym, ale nie może wyjaśnić, w jaki sposób. Ponownie podkreślił, że decyzja jest ostateczna i nieodwołana i wszystkie następne konta Linn również będą kasowane.

Kolejny list Linn był bardziej lakoniczny. Sprowadzał się właściwie do trzech punktów:

Czy dobrze rozumiem, że nie powiecie mi:

- 1. Jak moje konto było powiązane z tamtym?*
- 2. Jak się nazywało tamte konto lub jego właściciel?*
- 3. Jakie konkretne zasady zostały złamane?*

Odpowiedź pana Murphy’ego była równie krótka. Życzył Linn szczęścia w poszukiwaniu lepszego sklepu internetowego i wyraził żal, że nie może odpowiedzieć na żadne z tych pytań.

Gdy tę historię opisał „Guardian”, Amazon przysłał niezwykle sprostowanie⁹. Nie zakwestionował żadnego z głównych elementów tej historii, odniósł się tylko do sugestii Bekkelunda, jakoby owa Linn straciła dostęp do zakupionych książek.

Chcielibyśmy wyjaśnić naszą politykę w tej kwestii. Status konta nie powinien mieć wpływu na dostęp do zakupionych książek. Jeśli jakikolwiek klient ma w takiej sytuacji problem z dostępem do zakupionych treści, powinien się zwrócić o pomoc do wsparcia technicznego.

Skądinąd jednak wiadomo, że niektóre zakupione treści też potrafią zniknąć – ale Amazon przynajmniej refunduje wtedy cenę zakupu. W 2009 roku z Kindle’ów zniknęły książki, do których prawa Amazon zakupił przez pośrednika, który, jak się okazało, jednak nie miał praw autorskich do handlu e-bookami (to nie to samo, co prawa do papierowych książek).

Wśród nich był *Rok 1984* Orwella, który po prostu zniknął z Kindle'ów niczym stare artykuły z „The Times”, pracowicie usuwane przez z archiwów przez Winstona Smitha w Ministerstwie Prawdy. Skandal był tak duży, że szef firmy Jeff Bezos osobiście przeproszał klientów.

Nie powinien był – przecież w regulaminie, na który pan Murphy powoływał się w korespondencji z pechową Norweżką, Amazon wyraźnie zastrzega sobie prawo do usuwania lub modyfikowania treści. Nabywcy *Roku 1984* powinni się byli cieszyć, że nie podmieniono im tej książki w całości na jakąś inną, mniej ponuracką – na przykład jedną z optymistycznych książek o tym, jak to fajne chłopaki z Doliny Krzemowej wynajdują serwisy pomagające dysydentom w egzotycznych dyktaturach walczyć o demokrację.

Linn Nygaard (w późniejszych artykułach pojawiło się jej nazwisko) miała szczęście. Jej krzywda zainteresowała dziennikarzy. Niezależnie od „Guardiana” sprawą zajął się Simon Phipps z Computer World UK¹⁰. Phippsowi udało się wyjaśnić prawdopodobną przyczynę zablokowania konta – Amazon nie działa w Norwegii, strona amazon.no przekierowuje na ogólnoeuropejski adres amazon.eu. To zmusza norweskich użytkowników Kindle'a do różnych kombinacji, takich jak rejestrowanie czytnika na fikcyjny adres w Wielkiej Brytanii. Tak właśnie zrobiła Linn Nygaard, a dodatkowo pogorszyła swoją sytuację, dwukrotnie korzystając z gwarancyjnej wymiany urządzenia, bo dwa kolejne czytniki miały problem z wyświetlaczem.

Chociaż z formalnego punktu widzenia, jeśli urządzenie ma wadę fabryczną, to klientowi przysługuje gwarancyjna naprawa lub wymiana nawet za drugim, piątym czy dziesiątym razem, korporacje w swoim systemie odznaczają takiego klienta jako osobę sprawiającą kłopoty. Czasem wiąże się z tym perwersyjny zaszczyt, gdy w imieniu korporacji klienta potępi sam prezes ze swych wyżyn.

Robił tak Steve Jobs. Potrafił osobiście odpisać klientowi, który się skarżył na odmowę uznania roszczenia gwarancyjnego. „Tak właśnie bywa, gdy MacBook Pro zostanie uszkodzony

przez wodę (...). Mam wrażenie, że szukasz po prostu kogoś, na kogo mógłbyś się wściekać zamiast na siebie”, napisał komuś w 2008. Inny rozżalony klient, który w liście do Apple skarżył się, że ich polityka gwarancyjna to „ściema”, dostał lakoniczny list od Steve’a Jobsa: „Już dziewięć zwrotów... i kto tu ściemnia?”¹¹.

Steve Jobs był tu jednak wyjątkiem. Typowym zachowaniem korporacji jest w takiej sytuacji po prostu zablokowanie konta bez wyjaśnienia.

Sprawa Linn znalazła happy end. O 23:55 na blogu Phippsa pojawiła się informacja, że konto, które przedtem bez wyjaśnienia zablokowano – teraz również bez wyjaśnienia odblokowano. „Linn właśnie ponownie ściąga swoje zakupione książki”, napisał (tych książek było „między 30 a 40”, więc zakładając przeciętną cenę piętnastu dolarów za sztukę, Linn zainwestowała w nie pokaźną sumkę).

O 0:30 doszła kolejna informacja. Tym razem do Phippsa odezwał się dział public relations Amazona:

Chcielibyśmy wyjaśnić naszą politykę w tej kwestii. Status konta nie powinien wpływać na dostęp klienta do jego biblioteki. Jeśli jakikolwiek klient ma kłopot z dostępem do zakupionych treści, powinien zwrócić się po pomoc do działu relacji z konsumentami. Dziękujemy za zainteresowanie Kindle’em.

@@@

Mam nadzieję, że już w pierwszym rozdziale udało mi się przestraszyć tych z Państwa, którzy niniejszą książkę czytają na Kindle’u. Gdy ją kończę w listopadzie 2013, Amazon zapowiedział budowę w Polsce centrów logistycznych (piszę o tym więcej w rozdziale szóstym), ale nie zapowiada wejścia na polski rynek. Widzi w nas dobry materiał na magazynierów, nie na czytelników.

Strona amazon.pl robi dokładnie to samo, co amazon.no, przekierowuje na amazon.eu. Nasze konta w systemie wyglądają więc równie podejrzanie, jak konto Linn Nygaard. Na

państwa miejscu nie szalałbym więc przesadnie z wymianą gwarancyjną i sugeruję bezpieczniejszą postawę – „zepsuł to się zepsuł, po cóż drażnić temat”.

Moje plany dotyczące straszenia państwa idą jednak dalej. Nie chodzi mi tylko o to, żebyście teraz zaczęli szukać alternatyw dla Amazona, Facebooka, Apple’a czy Google’a. To wydaje mi się bezcelowe, bo problem moim zdaniem jest jeszcze poważniejszy.

Jako społeczeństwa wciąż popełniamy ten sam błąd, obserwując postęp cyfrowych technologii. Gdy widzimy jakąś nową usługę, wydaje się nam, że będzie ona interesującym uzupełnieniem istniejących – a że te nowe przychodzą tu po to, żeby unicestwić te stare, uświadamiamy sobie dopiero, gdy jest już za późno.

Przechodziłem ten cykl wiele razy. Pamiętam, jak w połowie lat 90. z radością po raz pierwszy zacząłem używać e-maila. Tradycyjną pocztę modnie wtedy było nazywać „pocztą ślimaczą” – *snail mail*. Nie myślałem jednak, że dożyję jej zniknięcia – a przecież papierowej poczty używamy dzisiaj już tylko do korespondencji urzędowej, skąd też coraz częściej wypiera ją e-mail. Prawdopodobnie dożyjemy jeszcze konkursu na zagospodarowanie niepotrzebnego już gmachu Poczty Głównej w Warszawie.

Kiedy w 2004 roku Google – wtedy ciągle jeszcze będące „tylko” wyszukiwarką – ogłosiło poszerzenie usług o pocztę Gmail, którą będą czytać google’owskie automaty, żeby dostosowywać wyświetlane nam reklamy do tego, co o nas mówi nasza korespondencja – pomyślałem, że nigdy z tego nie skorzystam, bo przecież zawsze będzie jakaś płatna alternatywa, w której płaci się pieniędzmi, a nie swoją prywatnością. Przecież jeśli coś mogą przeglądać automaty, to mogą to też przeglądać ludzie.

Co do tego ostatniego, jak się okazało w świetle rewelacji Edwarda Snowdena, miałem rację. Ten trzydziestoletni informatyk, pracujący dla firmy Booz Allen Hamilton, zajmującej się usługami komputerowymi dla amerykańskiej Agencji Bezpieczeństwa Krajowego – NSA, uciekł w maju do Hongkongu, by ujawnić światu

za pośrednictwem „Guardiana” skalę inwigilacji internautów przez wywiad za pomocą programów, takich jak PRISM.

Gdy piszę tę książkę, jeszcze za wcześnie na podsumowanie tej afery. Nie jestem nawet pewien, czy Snowden wyjdzie z tego żywy. Wiadomo tylko, że po spędzeniu przeszło miesiąca w strefie tranzytowej lotniska Szeremietiewo, skąd bezskutecznie usiłował uzyskać azyl w 20 krajach, w tym w Polsce, w końcu poprosił o azyl w Rosji.

Nie wiemy nawet, w jakim stopniu dotyczy to inwigilacji Polaków. Fundacja Panoptykon, Helsińska Fundacja Praw Człowieka oraz Amnesty International Polska skierowały do polskich władz 16 października 2013 formalne pytania w trybie dostępu do informacji publicznej. Kluczowe resorty poprosiły o przedłużenie ustawowego terminu odpowiedzi do końca grudnia 2013. Ta książka powinna już wtedy być w księgarniach, odsyłam więc czytelników do śledzenia aktualnego przebiegu wydarzeń w specjalnym serwisie uruchomionym przez „Guardiana” – www.theguardian.com/world/the-nsa-files.

O tym, co już wiadomo, więcej piszę w rozdziale ósmym. Tutaj ograniczę się do stwierdzenia, że model biznesowy „darmowa usługa w zamian za inwigilację komercyjną” musiał się tak skończyć. Nasze listy i rozmowy telefoniczne i komunikatorowe (to się zresztą już w praktyce połączyło), wraz z towarzyszącymi im „metadanymi” (kto z kim gdzie i o której), zapisane na serwerach cyberkorpów w celu wyświetlania nam sprofilowanych reklam, działają na służby specjalne jak słoik miodu na Kubusia Puchatka. Prędzej czy później służby spróbują się do nich dobrać. Inwigilacja korporacyjna musi za sobą pociągnąć inwigilację państwową. Nie można mieć tego pierwszego bez tego drugiego.

Moja niechęć do formuły „darmowa poczta czytana przez automaty” była więc uzasadniona. Myliłem się jednak co do czegoś innego – że nie będę musiał z niej skorzystać.

W roku 2008 portal gazeta.pl zrezygnował z prowadzenia własnej poczty i przesunął wszystkie skrzynki pocztowe w domenę

gazeta.pl na Gmaila. Tymczasem ja od 2006 roku prowadziłem w agorowym serwisie swojego bloga, Ekskursje w dyskursie (<http://wo.blox.pl>).

Nagle ten metaforyczny selekcjoner zagroził mi wejście do mojego własnego bloga – domagając się okazania Google Id. Stałem nagle przed wyborem między przenosinami bloga na inny serwis (na co z mnóstwa powodów nie miałem ochoty) a pokornym kliknięciem „zgadzam się na nowe warunki”. Ale czy miałem realny wybór?

Czy mam go też w kwestii wyboru płatnej skrzynki pocztowej? Ta, z której korzystałem, zmieniła formułę w 2011 roku. Zamiast płacić za serwer pocztowy, zostałem przymusowo przeniesiony do kolejnej usługi typu „chmura”, z pełną opcją inwigilacji dla reklamodawców i Bóg wie ilu służb specjalnych.

Ale jaki miałem wybór? Przenosiny gdzie indziej oznaczałyby utratę starego adresu pocztowego, a więc, potencjalnie, że przegapiłbym e-maila z propozycją napisania choćby tej książki i w końcu wydawnictwo zamówiłoby ją u kogoś innego. Dziennikarz nie może sobie pozwolić na luksus częstego zmieniania adresu e-mail czy numeru telefonu, podobnie jak blogger na częste zmienianie adresu bloga.

Takiego wirtualnego ochroniarza nagle stawiającego was przed wyborem, który w gruncie rzeczy wyborem nie jest, też państwo kiedyś napotkacie albo już napotkaliście. Może lubiliście robić zdjęcia na tradycyjnej kliszy fotograficznej, bo odpowiadał wam cały ten ceremonial dobierania przesłony do czułości filmu?

Gdy pojawiły się aparaty cyfrowe, traktowaliście je jako nieszkodliwą ciekawostkę, bo przecież nikt was nie będzie mógł zmusić do porzucenia waszej ulubionej techniki? Pocieszaliście się, że tak jak telewizja nie zabiła radia, tak fotografia cyfrowa nie zabije fotografii analogowej? Aż pewnego dnia odkryliście, że kliszy nikt już produkuje, a jak ktoś jeszcze ma jakieś stare zapasy, to już nie będzie ich miał gdzie wywołać?

A może słyszeliście o tym, że internauci muzykę najpierw ściągali piracko w postaci MP3, potem kupowali ją w sklepach typu iTunes, ale wy obiecywaliście sobie, że pozostaniecie wierni

tradycyjnym sklepom z płytami. Może z sympatii do powieści Nicka Hornby’ego, a może z wygody – w końcu nie ma wygodniejszego interfejsu użytkownika przy kupowaniu muzyki, książek czy filmów od przeglądania okładek na półkach i okazjonalnej rozmowy z kompetentnym sprzedawcą.

Nieważne, coraz mniej ludzi w tej kwestii jeszcze ma luksus wyboru. Znikają księgarnie, znikają sklepy z płytami, znikają wypożyczalnie filmów. Miasta akademickie z dużymi ośrodkami młodzieży studenckiej to ostatnie enklawy, w których jeszcze można książki i muzykę kupować w starym stylu.

Internet przestał być jedną z dróg pozyskiwania treści. Dla wielu ludzi stał się już jedyną – bo zamknięto im ostatni kiosk z gazetami, ostatnią księgarnię czy ostatni sklep z płytami w ich okolicy. Najprawdopodobniej wszyscy się znajdziemy w takiej sytuacji w bliskim horyzoncie czasowym, niewychodzącym poza dekadę – dla nas wszystkich to już tylko pytanie „kiedy”, a nie „czy”.

@@@

W takim razie jednak już widać źródło błędu, który dotąd popełnialiśmy jako społeczeństwo. Sam go przed chwilą zrobiłem powyżej, tym razem celowo i świadomie. To błąd traktowania internetu jak jeszcze jednego medium spośród wielu różnych do wyboru. Z tego bierze się błędne wnioskowanie typu „telewizja nie zlikwidowała radia, wideo nie zlikwidowało kina, zatem e-booki też nie zlikwidują papierowych książek”.

W rzeczywistości internetowi jest bliżej do świadczeń użyteczności publicznej (*public utility*) niż do mediów. Te świadczenia od lat stanowią wyzwanie dla liberalnych teoretyków gospodarki, bo działają na zasadzie naturalnego monopolu. Wolny rynek jest w ich wypadku bezużyteczny.

Typowy przykład świadczenia użyteczności publicznej to wodociągi, kanalizacja, energetyka czy infrastruktura gazowa. Nawet największy entuzjasta wolnego rynku i konkurencji przyzna, że wizja, w której obywatel miałby mieć w łazience pięć różnych kranów od pięciu różnych dostawców wody, nie ma sensu.

Po drugiej wojnie światowej w wielu krajach – także w Polsce – przedstawiano miejskie sieci gazowe z gazu świetlnego na gaz ziemny. Wymagało to sporych inwestycji także po stronie odbiorców gazu, bo nie wszystkie domowe instalacje były przystosowane do nowego paliwa. Ale wszyscy się przystosowali, bo jaki mieli wybór?

Świadczenia użyteczności publicznej nie mogą działać tak, że w kuchni mamy jeden palnik do gazu świetlnego, drugi do gazu ziemnego, a trzeci na propan-butan. To wygląda inaczej – pewnego dnia całe miasto (albo całe państwo) podejmuje decyzję o przejściu z jednego gazu na drugi.

Stare gazownie się zamyka i stają się potem industrialnym zabytkiem (jak w Wiedniu czy w Warszawie). Kto nie zmodernizował sobie w porę domowej instalacji, ten zostaje w ogóle bez gazu. Tu nie ma miejsca na konkurencję czy współistnienie różnych nośników.

Dlatego w wielu krajach – także w Polsce, także w USA – świadczenia użyteczności publicznej są ustawowo wyjęte z gry rynkowej. Demokratyczne państwa wychodzą z założenia, że dostarczanie energii to zbyt poważna sprawa, żeby ją zostawić energetykom. Tego typu świadczeń się z zasady nie komercjalizuje, a gdy ktoś wpadnie na tak szalony pomysł – skutki są oplakane.

W 1999 roku Bank Światowy zmusił Boliwię do komercjalizacji wodociągów w mieście Cochabamba. Rezultatem były słynne boliwijskie zamieszki wodne z 2000 roku, z ofiarami śmiertelnymi i trwałą zmianą obozu rządzącego (obecny lewicowy prezydent Evo Morales – ten sam, którego samolot zatrzymano niedawno na lotnisku w Wiedniu dla sprawdzenia, czy nie ukrywa się tam przypadkiem Edward Snowden – zawdzięcza wyborczy sukces między innym tamtemu przesileniu).

Media nie działają jak świadczenia użyteczności publicznej. Nie ma nic niezwykłego w tym, że ktoś czyta pięć różnych gazet albo chodzi do pięciu różnych kin. Dlatego właśnie media o różnych nośnikach mogły przez wiele dekad pokojowo współistnieć – prasa i radio, radio i telewizja, telewizja i kino, kino i wideo.

Z internetem już tak nie jest. Logowanie się do kilku różnych serwisów muzycznych po to, żeby na każdym z nich słuchać innego zespołu – jednego w iTunes, drugiego na Spotify, trzeciego na Deezerze – jest niewygodne. Podobnie z utrzymywaniem konta na wielu różnych serwisach społecznościowych. Stąd triumf Facebooka, gdy już stało się jasne, że to jest właśnie „ten” serwis społecznościowy, na którym są „wszyscy”.

Tak jak w łazience wolelibyśmy mieć jeden kran od jednej sieci wodociągowej (bez względu na wszystkie negatywne skutki monopolu), tak samo w internecie najchętniej jednym hasłem logowalibyśmy się do wszystkiego. Dlatego właśnie cyberkorporacje angażują się w morderczą rywalizację, gotowe latami ponosić straty tylko po to, żeby przetrzymać konkurencję i zostać w końcu jedyną opcją – tak jak już to się udało Facebookowi w dziedzinie serwisów społecznościowych.

Co za tym jednak idzie, nasze dotychczasowe dyskusje o internecie były od samego początku skażone fundamentalnym błędem w założeniach – błędem zakładania, że użytkownicy mają realny wybór. „Polityka prywatności Facebooka jest skandaliczna? – Cóż, klienci ją akceptują”, „Google ma nienależne zyski z treści, za wytworzenie których nie zapłacił? – Cóż, taki jest swobodny wybór internautów” i tak dalej.

@@@

Najbardziej spektakularnym przykładem tego błędnego podejścia była unijna „dyrektywa ciasteczkowa”, która zaczęła obowiązywać w naszym kraju wiosną 2012. Gdy weszła w życie, nagle internauci zaczęli być ze wszystkich stron bombardowani pytaniem o zgodę na „ciasteczka śledzące”, czyli niewielkie pliki, które internetowe serwery zapisują na naszych komputerach, żebyśmy przestali być anonimowymi klientami. Znajomi z pracy, wiedząc, że się tym interesuję, pytali mnie wtedy, czy mają się zgodzić.

Choć to podobno niegrzeczne, odpowiadałem im pytaniem na pytanie: „A masz wybór?”. Przeważnie nie mieli, bo w pracy przecież internetu raczej nie przegląda się dla zabawy. Coś chcieli sprawdzić, coś chcieli załatwić. Ktoś, kto chciałby uniknąć

„ciasteczek śledzących”, musiałby w ogóle przestać korzystać z internetu.

Przed wprowadzeniem tej dyrektywy stoczono długą, zacieklą i całkowicie pozbawioną sensu dyskusję o tym, czy zgoda na inwigilację „ciasteczkami śledzącymi” ma być przez internautów wyrażana w systemie „opt-in” (zgoda musi być za każdym razem wyrażona wprost), czy też w systemie „opt-out” (zgoda jest przyjmowana domyślnie, o ile internauta nie wyrazi braku zgody, na przykład zaznaczając opcję „Do Not Track” w swojej przeglądarce).

Ta dyskusja miałaby sens, gdyby internet działał jak tradycyjne komercyjne media, w których konsument ma faktyczny wybór. Nie podoba mi się dzisiejsza oferta Polsatu – przełączam na TVN. Jeśli jednak – jak twierdzą – właściwsze jest porównanie do świadczeń użyteczności publicznej, to było tak, jakby dyskutować o tym, czy zgodę na nową taryfę gazowni czy elektrowni mamy wyrażać w systemie „opt-in” czy „opt-out”. Co to zmienia?

I tak wiadomo, że zaakceptujemy tę taryfę, bo co nam zostaje innego – wykopać własny szyb gazowy na podwórku? Wytwarzać prąd rowerowym dynamkiem? Zbierać wodę deszczową? Z tym ostatnim bym zresztą uważał, bo w Boliwii koncesja dla komercyjnego dostawcy wody, firmy Aguas del Tunari, szła tak daleko, że zbieranie deszczówki uważano za akt nieuczciwej konkurencji, za który groziła odpowiedzialność karna.

Zabawa w wymuszanie od nas kliknięcia „zgadzam się” – jakbyśmy mogli się nie zgodzić! – nie ma sensu. Klikamy przecież, najczęściej nawet nie czytając tego, na co właściwie się zgodziliśmy. W prima aprilis 2010 brytyjski serwis Gamestation przeprowadził ciekawy eksperyment – umieścił w warunkach świadczenia usług opcjonalną „klauzulę duszy nieśmiertelnej”¹².

Jeśli ktoś przeczytał regulamin, mógł z niej zrezygnować – odpowiednia opcja była w nim ukryta, podobnie jak wszystkie opcje pozwalające sensownie skonfigurować prywatność w serwisach społecznościowych. Tam trzeba z góry wiedzieć,

czego się szuka, żeby to znaleźć – i to nie jest przypadek, że tak to właśnie zaprojektowano.

Kto zrezygnował z oddania nieśmiertelnej duszy serwisowi Gamestation, ten dostawał w nagrodę za czujność voucher na pięć funtów. Wyniki eksperymentu są optymistyczne: aż 12 procent klientów zauważyło ukrytą opcję, tylko 88 procent prze-gapilo voucher i oddało duszę.

Nie można jednak z tego wyciągać takich wniosków, że w przeciętnym serwisie internetowym rzeczywiście aż 12 procent użytkowników czyta warunki regulaminu, które akceptują. W tym przypadku po prostu o okazji wygrania pięciu funtów szybko zrobiło się głośno na forach graczy. Podejrzewam, że rzeczywisty odsetek ludzi, którzy naprawdę przeczytali warunki świadczenia usług przez Google'a, Facebooka, Apple'a czy Amazon jest znacznie mniejszy, bo tam za czujność nie dostaniemy nagrody.

Dziennikarze technologiczni komentujący ten fakt najczęściej zwalają winę na użytkowników. „To nasza wina, że tego nie czytamy”, taki zwykle jest ton tych komentarzy. Nie zgadzam się z tym. Jeśli ludzie nie pasują do systemu, to wina systemu, nie ludzi.

Cullen Hoback, reżyser filmu dokumentalnego *Terms and Conditions May Apply* oszacował, że przeczytanie wszystkich regulaminów zajmowałoby przeciętnemu człowiekowi 180 godzin rocznie¹³. Nawet gdyby ktoś rzeczywiście rok w rok brał w tym celu miesiąc wolnego, to co by tym zyskał? Przecież i tak w większości nie można kliknąć „nie zgadzam się”. Czy w dzisiejszych czasach można nie używać e-maila, wyszukiwarki, komunikatora?

Ustawodawcy i cyberkorporacje zmuszają nas do uczestniczenia w absurdalnej zabawie w „akceptowanie warunków regulaminu” dla podtrzymywania fikcji wolnego wyboru. To nie ma sensu. Więcej sensu miałoby kontrolowanie dostawców internetowych przez państwo, tak jak państwo kontroluje dostawców prądu, wody czy gazu.

Takie propozycje padają od kilku lat¹⁴. Dotychczas odrzucano je w imię wolności. Rewelacje Edwarda Snowdena to chyba dobry moment na wznowienie dyskusji.

Państwowa kontrola internetu jest już faktem. Za późno na pytanie, czy powinna się pojawić, czy nie. Pytanie brzmi tylko: czy jedynym beneficjentem mają być specusłużby, czy jednak jako obywatele demokratycznych społeczeństw możemy się domagać także, żeby internet kontrolowano w ochronie naszych interesów?

Darujmy sobie bajeczki o wolnym wyborze czy dobrowolnej zgodzie na warunki świadczenia serwisu. Powiedzmy to sobie szczerze – w internecie nie ma wolności, nie ma wyboru, nie ma konkurencji. Zastanówmy się, co z tego w praktyce wynika i jak to urządzić na nowo.

Zapraszam do tego w kolejnych rozdziałach.

¹ Anton Troianovski, Siobhan Gorman, „Social Media Pose New Riddle for CIA”, „Wall Street Journal”, 16.05.2013, <http://online.wsj.com/article/SB10001424127887323398204578487173173371526.html>.

² Bob Dreyfuss, „CIA's Russia Spy Flap: Dumb and Dumber”, „The Nation” 14.05.2013, <http://www.thenation.com/blog/174317/cias-russia-spy-flap-dumb-and-dumber>.

³ Can I See your Facebook ID? (Artists' Statement), fb.bureau.com, pierwszy wpis (niedatowany, ale prawdopodobnie pochodzący z końca lutego 2012).

⁴ Proszę porównać dwie różne reakcje na tę samą wiadomość: neutralny, a nawet przychylny komentarz z The Next Web – <http://thenextweb.com/socialmedia/2012/02/27/this-guy-is-getting-a-jump-on-the-future-by-creating-his-own-facebook-id-cards> („Facebook Connect is easily the most popular way to connect to websites today and could become quite useful for real-world signups in the future, such as payment systems. Some think that you may even be able to vote for the President using your Facebook credentials one day”), oraz jadłowicie antyfacebookowe z IO9 – <http://io9.com/5888753/facebook-id-cards-foresee-a-future-where-zuckerberg-is-your-evil-overlord> („Given how absurdly ubiquitous Facebook has become (and how they ultimately give fuck-all about your privacy in the grand scheme of things), the folks at FB Bureau have gone ahead and begun printing Facebook identification cards. Quick, jump on the bandwagon before the Like Police come a-knocking!”).

⁵ Suzanne Labarre, Facebook Bullies Artist Into Shattering Satire Of FB Privacy Policy, FastCompany, <http://www.fastcodesign.com/1669173/facebook-bullies-artist-into-shattering-satire-of-fb-privacy-policy>.

⁶ Maddii Lown, Bouncers' checking Facebook on phones as identification, 3.05.2012, <http://www.bbc.co.uk/newsbeat/17930370>.

⁷ Spotify Is No Longer Requiring a Facebook Login, 4.09.2012, Digital Music News.

⁸ Martin Bekkelund, Outlawed by Amazon DRM, 22.10.2012,

<http://www.bekkelund.net/2012/10/22/outlawed-by-amazon-drm/>.

⁹ Mark King, Amazon wipes customer's Kindle and deletes account with no explanation, 22.10.2012, <http://www.theguardian.com/money/2012/oct/22/amazon-wipes-customers-kindle-deletes-account>.

¹⁰ Simon Phipps, Rights? You have no right to your eBooks, Computer World UK, 22.10.2012, <http://blogs.computerworlduk.com/simon-says/2012/10/rights-you-have-no-right-to-your-ebooks/index.htm>.

¹¹ Mark Millan, *Listy do Steve'a Jobsa. W skrzynce mailowej giganta Apple*, przeł. Przemysław Bieliński i Piotr Metz, Pascal, Bielsko-Biała 2012.

¹² Joe Martin, Gamestation: We Own Your Soul, 15.4.2010 <http://www.bit-tech.net/news/gaming/2010/04/15/gamestation-we-own-your-soul/1>.

¹³ Robert MacPherson, 'Horror film' puts Internet privacy under spotlight, depesza, AFP, 19.07.2013, <https://www.google.com/hostednews/afp/article/ALeqM5jJhqqo-HvoJYtqIzxxP4cnjZNqQ1kw?docId=CNG.af095f5b33f6b44d8c8403635e5c9a93.a1&hl=en>.

¹⁴ Pierwszym autorem, za sprawą którego zwróciłem uwagę na tę kwestię, był Jonathan Zittrain w *The Future of the Internet and How to Stop It* z 2008. Nie twierdzę oczywiście, że był pierwszym, po prostu ta książka bardzo przekonująco przedstawiała tę tezę, choć niestety świat nie posłuchał mądrych porad „how to stop it”.

Niedostępne w wersji demonstracyjnej.

Zapraszamy do zakupu

pełnej wersji książki

w serwisie

