



Adam Cebula "W gruncie rzeczy wróżba"

nimfa bagienna

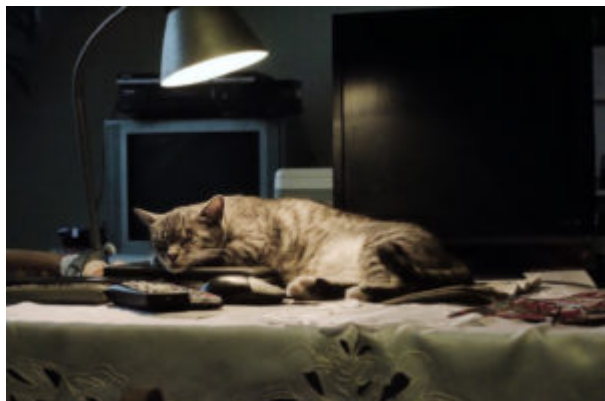


Foto: Adam Cebula

Komputer twoim oknem na świat we wszelkich jego aspektach, czyli Adam Cebula przetrząsa zakamarki globalnej sieci.

Nie wiem, czy kojarzenie ze sobą bardzo odległych faktów jest dobre, czy złe. Myślę, że za każdym razem trzeba się przyglądać, co z tego wynika. Możemy się wpuścić w maliny, ale także możemy wyciągnąć ciekawe i pożyteczne wnioski. Możliwe, że efekt będzie, co do wartości, gdzieś pomiędzy tymi dwiema skrajnymi opcjami, choć jedno jest raczej pewne: jeśli zajmujemy czymś raz od Sasa, raz od lasa – rozumowanie musi być ryzykowne.

Są zdarzenia, o których pisanie jest niebezpieczne samo w sobie. Nie potrzeba nic innego, samo o nich wspomnianie naraża autora tekstu na śmieszność. Otóż w sieci, jak się zdaje, rozpętała się burza w szklance wody. Myślę tu o opisywanym już nie tylko u nas felietonie „Kwestia zinów” opublikowanym na portalu „Nowej Fantastyki”.

Pisanie o nim grozi śmiesznością, bo piszemy na łamach owego e-zinu, ale nie tylko. Autor postawił nas bowiem w bardzo trudnej sytuacji. Tak trudnej, że ledwie zasygnalizowawszy inspirację, lepiej czmychnąć ku owemu dalekiemu skojarzeniu: zjawisku fanboya.

Nie wiem, na ile poprawne jest znaczenie wzmiankowanego słówka, którym chcę się posłużyć. Tym mianem na niektórych forach dyskusyjnych określa się internautów, którzy kochają jakąś firmę, kibicują jej, jakby była drużyną piłkarską naszego miasta, a może nawet bardziej wiernie. A to w tym sensie, że o ile przegrany mecz jednak trzeba uznać za porażkę, w przypadku fanboya firmy wszelkie zdarzenia (dobre, złe, obojętne) bywają interpretowane jak jedno pasmo sukcesów.

Choć siedzę w sieci właściwie od jej początków w Polsce, tak dawno, że trudno dłużej, odkrywałem to zjawisko i z niedowierzaniem, i – na skutek pewnych przyzwyczajeń z realu – z dużym opóźnieniem w stosunku do młodszych ode mnie. Zwyczajnie w głowie nie mieściło mi się coś takiego, żeby kochać jakąś markę. Właśnie, bardziej chyba chodzi o markę, niż firmę czy koncern. Marka, czyli logo, zespół reklamowych sloganów tworzonych przez jej marketingowców, zespół legend na temat właściwości produktów, pewien charakterystyczny sposób dowodzenia wyższości wyborów, tych którzy... No właśnie... Chyba jednak NIE nabyli tego magicznego produktu. Oni zdecydowali się mu kibicować.

Jest pewna firma fotograficzna, która faktycznie robiła i robi bardzo dobre aparaty i obiektywy do nich. Są one (pewnie) znakomite, ale – nie tylko w mojej opinii – stosunek ich ceny do jakości jest karkołomny. Do tego jakość jest dobra, ale nie najlepsza, szczerze mówiąc, nie oceniona. Właśnie taka, a nie „nieoceniona”. A to z tego powodu, że firma stara się omijać portale konsumenckie, które poddają produkty badaniom, prowadzą obiektywne fizyczne pomiary ich właściwości. Nie wdając się w szczegóły i nie prowokując niepotrzebnie prawników, trzeba powiedzieć, że zaporowa cena sprzętu sprawia, że trudno go faktycznie użytkować, nawet gdy możemy sobie na niego spokojnie pozwolić, bo złodziejowi opłaci się dać nam nam w łeb. Można z dużym prawdopodobieństwem zaryzykować stwierdzenie, że jeśli ktoś rozplywa się w zachwytach, to albo widział to чудо na półce w sklepie, albo na zdjęciach w katalogu, albo – przypadek najbardziej niezwykły – ma to w domu. Ale nie używał. Tak czy owak, zachwyty są mocno teoretyczne.

Mógłbym jeszcze wymienić kilka kierunków aktywności fanboyów z obszaru fotografii. Kochają określone rozwiązania techniczne: duże albo małe matryce (co się zasadniczo wyklucza), obiektywy manualne albo wręcz przeciwnie (cokolwiek to znaczy). Są entuzjastami bezlusterkowców. Ostatnia frakcja może być przykładem pewnej socjologicznej cechy fanboya: jest hejterem. Czyli stara się wmówić wszystkim wkoło, że dopuszczanie myśli, by jakiegokolwiek inne niż przez niego uznane za słuszne rozwiązania techniczne są szkodliwe, głupie, et cetera, i tak dalej, i temu podobne. Z nie do końca zrozumiałego dla mnie powodu „bezlusterkowcy” usiłują wmawiać posiadaczom innych aparatów, że są be, głupi, a producenci ich sprzętu powinni zaraz zbankrutować.

Praktycznie fanboy zajmuje się hejtowaniem. Owszem, hejtuje w kontekście miłości do kochanego logo, najlepszej na świecie marki, ale głównie hejtuje. To znaczy wygaduje możliwie najgorsze rzeczy, ale oczywiście bez uzasadnienia, na wszystko, co nie mieści się w jego światopoglądzie. Stara się sięgać po jakieś argumenty, na przykład cytuje techniczne parametry, wyniki pomiarów, usiłuje się posługiwać niezbitą logiką, lecz zazwyczaj wychodzi z tego emocjonalny bełkot techniczny, z którego można odczytać jedynie ową ślepą miłość do marki.

Oraz irytację graniczącą z furją, że ktokolwiek ma czelność negować jedynie słuszne marketingowe prawdy. Fanboy ma wiernych towarzyszy. Rzecz charakterystyczna, zazwyczaj gdy pojawi się na internetowym forum, to albo zamilknie, słysząc zbiorowe pukanie się w czołko, albo, jeśli znajdzie się choć jedną bratnią duszę, będzie walczył o swoje prawdy aż do wiecznego bana. Wystarczy, że pojawi się ktoś choćby częściowo przytakujący – kolejne zjawisko sieciowe – a rychło zacznie gęgać w dokładnie tym samym tonie, tymi samymi argumentami i z taką samą zajądłością co prowodyr.

Skoro wdepnąłem w zjawiska bardzo odległe od punktu wyjścia moich dywagacji, pozwolę sobie przytoczyć jeszcze jeden fakt z życia sieci. Opisał go portal www.swiatobrazu.pl. Link do tekstu <http://www.swiatobrazu.pl/dlaczego-anonimowe-ocenianie-zdjec-nie-jest-miarodajne-24022.html>. Otóż na innym portalu, gdzie między innymi można przechowywać i udostępniać swoje zdjęcia, powstała grupa DeleteMe!, która zajęła się poszukiwaniem zdjęć, powiedzmy skromnie, idealnych. Jej uczestnicy z pewnością musieli się wykazywać i wielką wrażliwością plastyczną, i ogólną wiedzą artystyczną, i doskonałą znajomością technik fotograficznych.

Znany z imienia i nazwiska użytkownik portalu Flickr, Andre Rabelo, wysłał do grupy pewne zdjęcie, które zostało, powiedzmy to bez ogródek, zjechane i wyrzucone z szacownego grona dzieł fotograficznych. Pozwolę sobie sprawę skomentować trochę inaczej niż autor tekstu na portalu „Świat Obrazu”. Ludzie pretendujący do miana znawców fotografii okazali się zwyczajnymi dyletantami. Kompletnymi ignorantami. Pomijam tu wiedzę ogólną o plastyce, w szczególności wyrobienie gustu, wrażliwości plastycznej. Wszystko to w tym konkretnym wypadku nie miało najmniejszego znaczenia. Rzecz w tym, że wrzucona fotografia to klasyka. Coś, na czym się uczymy. Jeśli tego nie znasz, to znaczy, żeś nie podjął żadnego wysiłku, by rozumieć fotografię. Już o tym pisałem, to mniej więcej coś takiego, jakby za ocenę opowiadań fantastyczno-naukowych brał się

człowiek, który nie czytał Lema, albo powieści awanturnicze z marsową miną i mentorskim tonem recenzował człowiek, który nie tknął sienkiewiczowskiej trylogii.

Autorem zdjęcia jest Henri Cartier-Bresson, zaś samo zdjęcie nie należy bynajmniej do jakichś jego mniej znanych prób, to pewnie jedna ze stu najbardziej znaczących fotografii (ależ oczywiście, są różne zestawienia), które ukształtowały współczesną sztukę malowania światłem. Autor jest współzałożycielem słynnej agencji fotograficznej, ale – co o wiele ważniejsze – uznawany za twórcę kierunku, od którego wywodzą się współczesny reportaż, fotografia uliczna i jeszcze co najmniej kilka innych nurtów. To on jest twórcą często cytowanej zasady „decydującego momentu”. Jeśli chodzi o sławę, może wyprzedza go Robert Capa, lecz nikt, kto chce uchodzić za choć trochę zorientowanego w fotografii, nie może go nie znać.

Ależ tak: możesz, smarując sprayem po murach, rznąć nieodkrytego malarza-buntownika, lecz gdy nie wiesz, kto namalował Giocondę albo Nocną Straż, to już kompletnie nie można poważnie traktować twojej opinii o malowaniu innych.

Nic nie pomoże: taki recenzent bredzi bez sensu bez jakichkolwiek konsekwencji. Nie ma najmniejszych wątpliwości – nie możemy na jego opinii wnioskować o powodzeniu u publiczności, o tym, czy to „coś oceniane” przetrwa próbę czasu, a może najbardziej boleśnie przewieziemy się na wycenie w jednostkach monetarnych. Bezwartościowa wedle sieciowych znawców fotografia osiągnęła na aukcji cenę ponad ćwierć miliona dolarów. Myślę, że to wystarczy, by oceniacz strzelił sobie w łeb, o ile traktuje się choć trochę poważnie.

O czym jest ta opowieść? Że, jak powiedział Lem (mniej więcej...), dokąd nie było netu, dotąd trudno było się zorientować, ilu durniów jest na świecie. Oraz jacy mądrzy oni się sobie wydają.

Moim ulubionym tematem jest wpływ technologii na ludzi. Wystawmy sobie więc taki fakt, że latami (dziesięcioleciami już) jest rozwijana technologia DTP. Przeglądarki internetowe jak najbardziej korzystają z tego, co opracowano wcześniej dla obsługi drukarni. Czcionki, formaty graficzne, algorytmy składające tekst, słowniki, to wszystko, co na początku komputerowej historii służyło papierowym dokumentom, wydawnictwom, które chciały najsprawniej współpracować z drukarniami, w tej chwili pracuje dla Internetu.

Przez lata produkowaliśmy oprogramowanie, które miało spowodować, że każdy dokument, dowolna durnota, jaką wklepiemy w klawiaturę, będzie mieć profi sznyt. No i to działa. Wystarczy pobrać darmowy pakiet WordPressa, przeżyć pięć minut emocji (albo tylko wysiłku) przy zakładaniu darmowej strony internetowej, i każdy cieć, byle by miał gdzieś wtyk do netu, na przykład znajome niezabezpieczone łącze radiowe – to nie żart – może stać się właścicielem czegoś w rodzaju internetowego czasopisma o profesjonalnym wyglądzie, które będzie sprawiało wrażenie, jakby stał za nim cały zespół redakcyjny.

Czmychnąłem od sprawy owego felietonu, który zaczął całe dywagacje, i nie za bardzo zamierzam do niej wracać. Polemiki się już odbyły, powiem szczerze, nie mnie oceniać, tym bardziej że chodzi o ocenę emocjonalnej oceny. Istotne są sprawy ogólniejsze, jak na przykład to, że skoro zauważyliśmy i zdiagnozowaliśmy fanboya na gruncie portali o twardej tematyce technicznej, to o ileż wystąpienie owego hurrapasjonata jest bardziej prawdopodobne w obszarach, nazwijmy to, humanistycznych. Nie tam, gdzie wyższość nad niższością możemy zmierzyć konkretnym parametrem technicznym, ale właśnie tam, gdzie na ten przykład decydujący okazuje się feedback, cokolwiek to znaczy.

Jeśli zgodzimy się, że ślepa miłość do rozwiązań technicznych prowadzi do hejtowania innych technologii, to o ileż łatwiej dana rzecz może wystąpić, gdy chodzi o przejawy aktywności ludzkich zespołów, na przykład redakcyjnych?

Dopiero porównanie ze sobą bardzo odległych obszarów, jak dyskusje o technicznych własnościach sprzętu (mniejsza, że fotograficznego) i choćby literatura pozwala dostrzec niepokojące cechy zjawiska.

Czymś takim jest (na przykład?) przekonanie, że w sieci trzeba mieć do wszystkiego emocjonalny stosunek. Wszystko to jest albo warte lajka albo przypisujemy temu hejt (jak niektórzy nazywają ikonkę z kciukiem zwróconym do ziemi). W głowie się nie mieści, by coś było emocjonalnie obojętne. Dopiero gdy rozmawiamy o producentach sprzętu, powiedzmy fotograficznego, widać całą głupotę takiego podejścia. Firma N lub C jest dla mnie dostawcą. Nie kocham żadnej, czasami kupuję produkty tej lub innej. Wybieram je na podstawie technicznych parametrów, które do pewnych zadań je predestynują, ale nie do wszystkich. Sprzęt ma wady i zalety w stosunku do konkretnych zadań i nie podlega prostackiej ocenie typu „lubię” albo „nie lubię”.

Dopiero gdy zejdziemy na poziom sporu o wyższość jednego produktu nad drugim, można sobie uświadomić, jak bardzo sieć kocha emocjonalną durnotę. Swoją drogą, za tym zjawiskiem też stoi technologia – właścicielowi portalu liczą się wejścia przy oddawaniu głosów w niemądrym plebiscycie, skrupulatnie zliczane są owe nieszczęsne lajki, bo to wszystko może się przełożyć na brzęczącą monetę, aliiści zauważmy tylko tyle: skoro można, a nawet należy, kochać lub nie aparat fotograficzny, czyli narzędzie, to nie ma rozumu w sieci na elementarnym poziomie.

Pewnie jest nieuchronną konsekwencją (na przykład wszechobecnych kciuków w górę lub w dół) coś takiego, że internauta nadzwyczaj szybko nabiera przekonania, że jest kompetentny, by wszystko oceniać. Na przykład zdjęcia Cartier-Bressona. Bardzo łatwo ludziom uznać, że mają do czegoś kompetencje. Dlaczego? To inna sprawa. Zauważmy, że historia grupy Delete Me! ilustruje, jak dalece zniesiony zostaje wszelki samokrytycyzm. Doświadczalna prawda o sieciowych forach jest taka, że możemy tam się spodziewać – i jest to najbardziej prawdopodobne – kompletnej ignorancji. Owszem, usłyszymy nawet dobrze brzmiące wypowiedzi, ale bądźmy przygotowani na to, że poza miejscami, które sprawdziliśmy, poza ludźmi, o których coś wiemy, głos zabiorą po prostu durnie.

Marek Oramus już dawno zauważył w pewnym felietonie, że jest problem. Polega on na tym, że sieć zrównuje poważnych wydawców, czasopisma redagowane, prowadzące selekcję tekstów, z blogerami, którzy plotą, co im się przyśni. Dowolna strona, bez znaczenia, kto za nią stoi, o ile znajdzie się w Internecie, ma światowy zasięg i może osiągnąć dowolny nakład w rozumieniu liczby czytelników.

Problem jest o tyle głębszy, że ciężka praca nad narzędziami DTP skutkuje tym, że każda g(ł)upota może wyglądać jak profi wydawnictwo. Ma te same czcionki, taki sam układ strony, menu, grafiki, przyciski i tak dalej. Oszukuje internautę, że za publikacją stoi jakiś profi zespół, podczas gdy jest to jedna osoba.

Jest gorzej: można się wpuścić w maliny, gdy jakaś redakcja ustawia w necie tablicę do wieszania ogłoszeń. Każdy może po niej smarować, a nad bajdurami wyświetla się logo znanej firmy czy tytuł popularnego czasopisma. Połapać się komuś nieobebranemu może być trudno.

Co daje ryzykowne porównywanie bardzo odległych spraw, zdarzeń czy rzeczy? Pozwolę sobie na nieco złośliwości wobec tekstu lub autora, od którego zacząłem. Bywa, że komuś niegłupiemu głupio się napisze, więc dopuszczam, że jestem niesprawiedliwy. Oto znalazłem sieci stronkę... może fotobloga? Zerknij, czytelniku: <http://www.magnumphotos.com/>

Być może gdzieś tam jest, lecz ja nie znalazłem tego ISSN-u. Nieważne, czy go umieszczono, ja patrzę, patrzę, i nie widzę. Nie wiem też, jak to ściągnąć do poczytania na komórce. Czy mogę powiedzieć, że owa strona to dla mnie enigma? No... łzę, aliiści nie enigma, ponieważ poświęciłem jej

sporo czasu. Wszelako podejrzewam, że gdybym tak powiedział, to mnóstwo osób by mi uwierzyło. Z tej prostej przyczyny, że oni jej nie znają. Uwierzyliby mi nawet ludzie uchodzący za speców od fotografii. Takich jak ci, którzy wypowiadali się o zdjęciach na obsmarowanej powyżej grupie Delete Me! Bo gdyby wiedzieli, z kim i z czym mają do czynienia, nie wyróżniliby jak łysy o beton ze swoimi opiniami.

Ta sama technologia generuje bardzo podobne zjawiska w odległych dziedzinach, ot co. Net, niezależnie od tego, kto z niego korzysta oraz co chce w nim umieszczać, ma bardzo podobne właściwości, i to nawet wówczas, gdy wydają się one nie mieć za wiele wspólnego z konkretną elektroniczną techniką udostępniania treści. Trochę inaczej działa radio, trochę inaczej tiwi, a sieć właśnie tak. Wydaje się, że nie ma żadnego powodu, by osoby zajmujące się fotografią i fantastyką (poza tym „f” na początku) miały ze sobą za wiele wspólnego, lecz mają.

Wspólnym mianownikiem jest śmieciowisko. Można by oczekiwać, że grupa ludzi z ambicjami artystycznymi będzie w sieci umieszczać ambitne treści. Niestety, choć na pewno (przyjrzyj się temu „fotoblogowi”, który zalinkowałem) są w sieci rzeczy genialne, to aby na nie trafić, musisz cokolwiek wiedzieć. Pewnie trzeba przeczytać jakieś książki, pewnie pogrzebać w źródłach, skądś mieć pojęcie. O czymkolwiek.

Jeśli nie masz bodaj ogólnie zarysowanych podstaw (inna sprawa, jak je zdobyć), zobaczysz śmieciowisko, znajdziesz treści o śmieciowej wartości, i sam nieuchronnie wygenerujesz kolejne śmieci.

Można załamywać ręce nad tym, że na forach internetowych faboye hejtują, że kompletni ignoranci rzną ekspertów, niewielu ludzi ma hamulce, by powstrzymać się przed używaniem słów powszechnie uznawanych za obelżywe, aliści ta technologia tak ma. Gdy redakcja przygotowuje numer do papierowego wydania, każdy tekst przechodzi („I” trzeba dopisać, bo teraz już chyba nie zawsze) wieloetapową redakcję, korektę, bo jak to, co wysmażono, pójdzie na maszyny drukarskie, jak wyfrunie z nich 50 tysięcy egzemplarzy, to każdym z osobna ona RedAkcja będzie świecić przed czytelnikiem. Dlatego nie było w listach od czytelników zwierzeń bezinteresownych kibiców czy to marek, czy tytułów, ani bezinteresownych i bezsensownych ataków. Bo na wlocie technologii drukarskiej była selekcja czyniona przez człowieka.

A w necie jej nie ma. Net to durna (choć bardzo sprawna) techniczna metoda udostępniania, kompletnie nieczuła na głupotę. Bardzo potrzebna i rozwiązuje nam ogromną ilość problemów, aliści z jedną bardzo poważną wadą: zupełnie pozbawiona jest sposobu filtrowania informacyjnego śmiecia. A nawet, jak starałem się pokazać, znacznie gorzej: wyposażona w technologię upodabniania rzeczy kompletnie bezwartościowych do tych najcenniejszych.

Gdy ludzie piszą o tym, co się dzieje w sieci, prawie zawsze na pierwszym miejscu jawi się pierwiastek „humanistyczny”. Opisuje się jakiś mrocznych hackerzy, czyli crakerów włamujących się do komputerów. Nikt nie zająknie się, że problem zaczyna się od fatalnej technologii systemów operacyjnych stworzonych przez komercyjne firmy. Gdy nad powszechną w sieci nienawiścią trzeszczą moralizatorzy, przede wszystkim nad zdawałoby się czysto socjologicznymi zjawiskami, jak to hejtowanie przez fanboyów, to nikt nie wspomina o czysto technicznych korzeniach.

Moderator zagląda na fora jedynie z pobudek, nazwijmy to, moralnych. Publikowane w papierowych czasopismach listy były starannie wybierane, bo miejsce na druk było drogie. Net jest niezwykle taną technologią. Nikt nie zbankrutuje, wrzucając tam dowolną durnotę. Można nie wierzyć, ale jednak tak jest, że niezwykle rozwój nośników danych jest jedną z przyczyn, dla których mało komu chce się usuwać hejty, bzdury, nikt nie próbuje weryfikować prawdziwości zamieszczanych informacji, zwłaszcza gdy są sygnowane jakimś nickiem, który pozwala odróżnić autora od

właściciela strony.

Nie zdajemy sobie sprawy z tego, iż to technologia spowodowała, że pojemność liczona nie w kilo (mega) bajtach, lecz w liczbie znaków, słów czy obrazków, jakie możemy wsadzić do sieci, jest właściwie nieograniczona. System zapisu z kodowaniem znaków, plikami czcionek i algorytmami wyświetlania powoduje, że przeciętnie na bajt przypada jeden znak pisarski, na stronę A4 tekstu potrzebujemy około 4 kB.

Miejsce w sieci z punktu widzenia wielu użytkowników jest darmowe. Wklep w gugla „free hosting”, i za chwilę możesz być właścicielem konta o limicie 20 GB na serwerze, albo nawet bez limitu. Jeśli jesteś właścicielem światowego numeru IP, co wbrew pozorom nie jest takie trudne, założyłeś stronę na własnym kompie, to być może zapłacisz za transfer i za prąd, ale nie za miejsce. Myślę, że pewnego zastanowienia wymaga też, co się da zmieścić na tych giga czy mega bajtach. „Normalna powieść” to ok. 300 stron tekstu. Przyjmując 4 kB na stronę, dostaniemy jakiś 1,2 MB do jej zapisania. Zmieści się na archaicznej dyskietce 1,4 MB. Oznacza to, że jeśli gdzieś na internetowym forum rozpęta się straszliwa burza, zlecą się wszystkie możliwe trolle, strzygi i fanboye, to tłukąc z największą zajadłością w klawiatury nie będą w stanie nawet zapełnić bufora dysku twardego obsługującego serwer.

Technologia sieciowa czy elektroniczna ma jeszcze jedną ogromną różnicę stosunku do tradycyjnego druku: można wpisy usuwać. Inną sprawą jest to, że sieć nigdy nie zapomina. Mimo to można napisać bzdury, a potem zamiast nich albo powiesić informację, że treść została usunięta, albo udawać, że nic tam nie było. Wydrukowany nakład zazwyczaj udaje się wycofać częściowo. Przy drobinie szczęścia na stronie internetowej można poprawić orta i nikt się nie zorientuje, że tam był.

Z tej przyczyny dbałość o to, co się w sieci znajduje, jest raczej sprawą dobrej woli niż konieczności. Moderator może smacznie spać, gdy na forum kłębią mu się demony. Niczego nie zapchają, nie popsują na amen. Jeśli nawzajem się poobrażają, skoczą sobie do gardeł z adwokatami przy boku, admin zgodnie z prawem niezwłocznie usunie ich popisy intelektualne. Gdy tylko poweźmie wiadomość, że usunąć trzeba. W międzyczasie licznik wejść i odsłon reklam nastuka mu stosowne zyski. A po awanturze udzieli się komuś bana, aby zachować twarz sprawiedliwego. Nowi goście, którzy wejdą na stronę, nie zastaną tam zwykle nawet śladów piekielka.

Piekielko można zarchiwizować. Może się przydać, można wykasować, niczemu nie wadzi. Sieć tak właśnie ma.

Mówiąc krótko – to sprawa technologii. Wchodząc na statek, licz się z tym, że ktoś może cię obrzygać, nie dlatego, że go źle wychowano, tylko z powodu morskiej choroby. W necie spodziewaj się przede wszystkim stosu bzdur i emocjonalnej huśtawki, licz się z tym, że spotkasz hejterów, trolli i inne stwory starannie hodowane przez technologię. Jeśli ktoś wybiera się w jej czeluście, musi sobie uświadomić: media społecznościowe to w gruncie rzeczy informatyka w służbie informacyjnego śmiecia. To techniczny sposób na to, by miliony ludzi mogły wyprodukować miliardy bredni, i by ta „aktywność” została zinwentaryzowana i przerobiona na handlową wartość. W tradycyjnym dziennikarstwie był kłopot dla szefa interesu, bo ten musiał dbać o wartość produkowanych treści. Net (a później jego użytkownicy w postaci przeróżnych odmian Web 2.0) stawia na bzdurę. Tak, mój drogi internauto: php i html5 to łączka, na której pasą się trolle i fanboye.

Niektórzy mają nadzieję, że w przyszłości jakaś sztuczna inteligencja sprawi, że po wrzuceniu hasła w wyszukiwarke wyświetlą się jedynie „mądre” linki, albo na tych prowadzących w maliny zobaczymy ostrzeżenia. Wątpię.

Potrzeba rozumu zdarza się właściwie w momentach zagrożenia. A jesteśmy bezpieczni. Jak na razie

blok bogatych państw, do jakich wbrew naszym głębokim przekonaniom i Kraj Przywiślański, czy zwyczajnie Polska, już należy, ma się dobrze. Za dobrze, by miał potrzebę martwić się jakimiś realnymi zagrożeniami. O czym świadczy heroiczna walka o dekarbonizację, i to, że to do nas pchają się z całego świata, a nie my do nich.

Nawet jeśli powstanie program wycinający bezwartościowe treści... No cóż... takie już są. To zwykła wyszukiwarka z możliwością wyszukiwania zaawansowanego i ciut bardziej kumatym użytkownikiem. To już naprawdę działa. Jeśli nawet te algorytmy zostaną udoskonalone, niewiele pomoże, bo nikt tego nie będzie używał (bo nie będzie żadnej potrzeby). Jest za dobrze, by podjąć straszliwy wysiłek walki z własnym rozumem, by się czegośkolwiek uczyć. Jeśli delikwent poszukujący dobrej w jego pojęciu fotografii trafi na stronę agencji Magnum, nie znajdzie tam dla siebie nic, bo nie szuka on nieprzyjemności kształtowania własnego gustu, tylko śmiesznych zdjęć z imprez, zachodów słońca albo gołych bab. Jeśli trafi na stronę naszego dzielnego pisma, no cóż... może jest złe, może dobre, ale, by cokolwiek sensownego powiedzieć, musiałby choćby zajrzeć w różne miejsca, a czasu szkoda.

Nie spodziewajmy się wzrostu znaczenia rozumu w przyszłości. Sprawy się mają tak, że w poprzek stoi informatyka. Zaczęło się od tego, że obsługa komputerów była wielce intelektualnym zajęciem dla najlepszych. Szybko okazało się, że zasadniczym zajęciem komputera nie może być rozwiązywanie arcytrudnych naukowych zagadnień gnębiących ludzkość. Powód jest prosty: klasa problemów, z którymi komp sobie dobrze radzi, jest bardzo wąska, zaś dołączenie do niej jakichś nowych zagadnień – niezwykle skomplikowane. Cały wysiłek został skierowany na to, by komputer zaczął obsługiwać ludzką głupotę. Nieraz zdumiewa mnie, że w różnych dziedzinach (jeszcze raz za przykład posłuży mi fotografia) dokonał się tak ogromny postęp, a jednocześnie, gdy przychodzi co do czego, okazuje się, że możliwości są bardzo podobne do tego, czym dysponowaliśmy dawno temu. Tak jest: bo para poszła w obsługę głupoty. W fotografii w trudną sztukę zamiany wskazań światłomierza na ustawienia aparatu, w komputerze w GUI-a, który stara się nie dopuścić, by user zrobił głupotę w stylu skasowania wszystkich zdjęć z wycieczki na Teneryfę.

Cała nasza technologia jest skierowane na to, by przeżył coraz większy idiota. Temu służą pasy bezpieczeństwa w samochodach, zerowanie w urządzeniach elektrycznych, blokada drzwi w pociągu oraz samolocie. Cała technologia służy temu, by ów idiota nie skompromitował się w oczach mądrzejszych od siebie albo nie przepadł z kretesem. Dzięki karcie płatniczej nie musisz umieć liczyć, dzięki telefonowi komórczanemu kiedy się zgubisz w mieście, możesz zadzwonić do kumpla, by wyszedł na balkon i zaczął się drzeć do ciebie. Nie musisz umieć szukać adresów.

Technologia każdemu pozwala, by zdawało mu się, że jest publicystą. Mamy takie możliwości, serwery, miejsce na dyskach. Stać nas na to. A w przyszłości będzie podobnie, tylko jeszcze bardziej.

Adam Cebula