Dlaczego nie możemy mieć dobrego internetu?

Posted on 2026-11-02

Rozpoczynamy nową serię tekstów omawiających najnowsze i najciekawsze pozycje książkowe z zakresu szeroko rozumianej ochrony danych, a także nierozłącznie związanej z nią tematyki technologicznej. Na pierwszy ogień bierzemy książkę „Gównowacenie” Cory’ego Doctorowa, która niedawno ukazała się w polskim tłumaczeniu nakładem wydawnictwa Szczeliny. Recenzja ta jest subiektywną opinią autora i nie wyraża oficjalnego stanowiska UODO.

Tytułowe „Gównowacenie” (ang. Enshittification) to po prostu pogarszanie jakości usług (przede wszystkim – choć nie tylko – cyfrowych). Jak przyznaje sam autor, dosadne słowo miało pomóc zwrócić uwagę na problem, który jednak i tak jest coraz szerzej omawiany w przestrzeni publicznej. Narastają głosy krytyczne wobec obecnego stanu internetu. Szczególnie często obrywa się socialmediom, które cześć dziennikarzy i podcasterów nazywa już wprost „mediami antyspołecznościowymi”.

To przede wszystkim do tych problemów, a także do wzrastającej ilości reklam oraz treści sponsorowanych – kosztem tych publikowanych przez znajomych lub osoby obserwowane – odnosi się Cory Doctorow. Wyjaśnia, że pogorszenie doświadczenie użytkownika nie jest przypadkiem czy jednorazowym zjawiskiem, ale procesem, który dotyka właściwie wszystkie portale, a nawet wylewa się ze świata cyfrowego do analogowego.

Autor wskazuje kolejne etapu procesu „gównowacenia”: najpierw platformy są dobre dla użytkowników, by ich przyciągnąć. W etapie drugim stają się gorsze dla użytkowników, ale lepsze dla klientów biznesowych. Wreszcie w etapie ostatnim są złe dla jednych i drugich, ale ci nie mogą już odejść, gdyż koszty wypisania się z usługi są zbyt wysokie. Dla użytkownika oznacza to często utratę kontaktu z ważnymi dla niego osobami czy grupami. Z kolei klienci biznesowi (reklamodawcy, media, sprzedawcy) trwają na platformach, gdyż tam są ich potencjalni konsumenci czy odbiorcy. W ten sposób obie strony, jak ujmuje to Doctorow „trzymają się nawzajem za zakładników” a korzyści z tego czerpią wyłącznie platformy.

Autor popiera swoją analizę przykładami największych cyfrowych gigantów, by wykazać, że problem ten dotyczy praktycznie każdego z nich. Choć Doctorow nie ukrywa swojego braku sympatii do „tech-bracholi” z Doliny Krzemowej, winy nie dopatruje się w ich cechach charakteru (a przynajmniej nie wyłącznie), a wskazuje na systemowe źródła problemów. Najprościej mówiąc: usługi „gównowacieją” bo mogą. Przez ostatnie dekady upadły bowiem wszystkie bariery, które ten proces powstrzymywały – konkurencja (przez wzrost koncentracji i powstanie oligopolu), regulacje (bo tak silne firmy są „zbyt duże, by się przejmować”) samopomoc (głównie za sprawą regulacji prawa własności intelektualnej) oraz opór ze strony pracowników branży technologicznej (tutaj symboliczną granicą są masowe zwolnienia po pandemii COVID-19).

Zainteresowanych szczegółami tej analizy odsyłam do książki. Cory Doctorow ma bowiem prawdziwy talent do prostego tłumaczenia skomplikowanych kwestii technologicznych czy prawnych (choć w tym drugim aspekcie, szczególnie w odniesieniu do regulacji europejskich, pozwala sobie na pewne uproszczenia). Potoczysta narracja, prosty język pełen ironicznego humoru sprawia, że książka jest bardzo przystępna w odbiorze. Pewnym mankamentem jest skłonność autora do powtarzania niektórych treści; ale może to też znak czasów, że w dobie problemów ze skupieniem uwagi trzeba tak robić.

Choć momentami opisywane zjawiska wywołują u czytelnika złość lub przygnębienie, ogólny wydźwięk jest raczej pozytywny i przepełniony nadzieją (a może naiwnością?) Doctorow twierdzi, że „gównowacenie" można zatrzymać, a nawet odwrócić, przywracając bariery, które powstrzymywały je wcześniej. Autor wskazuje nawet na pierwsze jaskółki wskazujące, że to już się dzieje – i to w wielu miejscach na świecie.

Choć bowiem książka skupia się przede wszystkim na Stanach Zjednoczonych – bo to tam działają cyfrowi giganci, który są prowodyrami „gównowacenia" – to jednak sporo miejsca poświęcono też innym państwom, szczególnie zaś Unii Europejskiej. Cory Doctorow, Kanadyjczyk o rosyjskich korzeniach, wiele czasu spędził bowiem na Starym Kontynencie. Podchodzi do unijnych regulacji bez sentymentu, nie idealizuje ich, ale dostrzega ważną rolę, jaką odgrywają w temperowaniu zapędów bigtechu do „gównowacenia" swoich usług.

W książce autor wielokrotnie podkreśla znaczenie prywatności i choć uważa, że RODO nie osiągnęło zakładanych celów, to dużą nadzieję wiąże z nowszymi inicjatywami legislacyjnymi Unii Europejskiej, jak Akt o rynkach cyfrowych (DMA), Akt o usługach cyfrowych (DSA) oraz dyrektywie o prawie do naprawy. Głównym zarzutem autora do prawa unijnego jest to, że stara się ono „uczynić platformy lepszymi", poprzez zwiększenie zakresu ich odpowiedzialności (np. za moderowanie treści). To prowadzi jednak realnie do wzmocnienia ich władzy nad użytkownikami (muszą bardziej śledzić, by móc moderować).

Dlatego Doctorow przestawia propozycje własnych rozwiązań, które skupiałyby się raczej na „uczynieniu platform mniej istotnymi" – jak zmniejszenie „kosztu odejścia" czy wymuszenie większej interoperacyjności. Ale tu znów po szczegóły odsyłam do samej książki.

Na koniec warto jeszcze wspomnieć o znaczeniu współpracy międzynarodowej regulatorów, na co również autor kładzie duży nacisk. Ostatecznie, uboczną korzyścią z koncentracji rynku usług cyfrowych jest to, że na całym świecie urzędy walczą z tymi samymi praktykami kilku ogromnych firm: mogą więc wzajemnie korzystać ze swoich doświadczeń. Dlatego ta książka jest szczególnie warta polecenia specjalistom z zakresu ochrony danych osobowych

także w Polsce.

Szymon Cydzik