



Max Fisher

# W trybach chaosu

Jak media społecznościowe  
przeprogramowały nasze  
umysły i nasz świat



Świat pełen jest wyrw, załamów, pęknięć – zarówno tych fizycznych, jak i niewidocznych gołym okiem szczelin rzeczywistości. Aby móc docierać do tego, co niepoznane, stworzyliśmy Szczeliny, poświęcony literaturze faktu imprint Wydawnictwa Otwartego. Pragniemy zrozumieć otaczające nas zjawiska, dlatego oddajemy głos ekspertom, którzy najlepiej potrafią wytłumaczyć zawłości współczesnego świata.

Max Fisher

# **W trybach chaosu**

Jak media społecznościowe  
przeprogramowały nasze umysły  
i nasz świat

tłumaczenie Mateusz Borowski



**SZCZELINY**

Kraków 2023

Tytuł oryginału: *The Chaos Machine. The Inside Story of How Social Media Rewired Our Minds and Our World*

Copyright © 2022 by Max Fisher

Copyright © for this edition by Wydawnictwo Otwarte 2023

Copyright © for the translation by Mateusz Borowski

Wydawca prowadzący: Rafał Czech

Redaktor prowadzący: Anna Małocha

Przyjęcie tłumaczenia: Dagmara Malysza

Wnętrze – projekt graficzny serii: Wydawnictwo Otwarte

Adiustacja, korekta, łamanie: Pracownia 12A

Okladka – projekt graficzny serii: Łukasz Piskorek

Adaptacja okładki na potrzeby niniejszego wydania:  
Monika Drobnik-Słocińska

Fotografia na okładce: Hussein Faleh / AFP / East News

ISBN 978-83-8135-262-8



**SZCZELINY**

Zajrzyj do Szczelin!

[szczeliny.pl](http://szczeliny.pl)

[facebook.com/szczeliny](https://facebook.com/szczeliny)

[instagram.com/szczeliny](https://instagram.com/szczeliny)

Dystrybucja: SIW Znak. Zapraszamy na [www.znak.com.pl](http://www.znak.com.pl)

Dla Mamy i Taty, dzięki którym dotarłem właśnie tutaj.  
Dla Jordan, bo nade mną czuwa.

# Od autora

Książkę tę napisałem na podstawie wywiadów z setkami osób, które badały media społecznościowe, walczyły z nimi, żerowały na nich albo uległy ich wpływowi, a także z szeregowymi pracownikami i kadrą kierowniczą z Doliny Krzemowej. W niektórych przypadkach w imię czytelności tekstu umieszczam ich nazwiska i tytuły materiałów źródłowych w przypisach, a nie w tekście głównym. Nagrywałem wszystkie rozmowy poza tą z niezależnym moderatorem, który występuje tu pod pseudonimem. Przejrzane przeze mnie listy płac i akta firm potwierdzają prawdziwość jego relacji.

Korzystam też z licznych badań naukowych, akt sądowych i innych źródeł wymienionych w przypisach na poparcie przytaczanych przeze mnie danych liczbowych i stwierdzeń, a także cytatów z wypowiedzi innych niż te, które usłyszałem na własne uszy. W niektórych miejscach nawiązuję do badań naukowych, których wyniki jeszcze nie zostały opublikowane. W takich przypadkach zamieszczam w przypisach krótkie omówienie tych ustaleń, opis metodologii i nazwiska badaczy.

# Prolog

## Konsekwencje

Przekraczając próg siedziby głównej Facebooka, można poczuć się tak, jakby wchodziło się do Watykanu: to spowite tajemnicą centrum władzy, od którego bije przepych, jakiego nie powstałby się rosyjski oligarcha. Firma wydała trzysta milionów dolarów na przestronny budynek numer 21, zbudowany ze stali i szkła, pełen ogrodów, tarasów i restauracji wydających darmowe posiłki<sup>1</sup>. Odwiedziłem to miejsce pod koniec 2018 roku. W przerwie między wywiadami obejrzałem mural, pokrywający dwie kondygnacje na tylnej ścianie gmachu. Skojarzył mi się z pracami słynnego chińskiego artysty, którego dorobek pokazywano właśnie w Muzeum Guggenheima. Zapytałem opiekującą się mną przedstawicielkę public relations, czy malowidło to celowo wykonano w jego stylu. Roześmiała się dobrodusznie. Mural nie był podróbką. Artystę tego sprowadzono samolotem, by wykonał oryginalne dzieła na ścianach siedziby Facebooka. Zresztą zaproszono tam dziesiątki jego kolegów i koleżanek po fachu. Wokół mnie sówicie opłacani programiści przechadzali się korytarzami, których ściany zdobiły bezcenne murale<sup>2</sup>.

W torbie między notesami trzymałem bilet wstępu do tego miejsca: ponad tysiąc czterysta stron dokumentów wewnętrznych z całego świata, świadczących o tym, że Facebook niepostrzeżenie ustanowił granice dopuszczalnych zachowań w polityce i sferze publicznej, narzucając swoje reguły dwóm

miliardom użytkowników. Informator, który przekazał mi te dokumenty, uważał je za dowód na niedbalstwo firmy, która naprędce próbowała stłumić narastające na całym świecie niepokoje społeczne, pogłębiane czy wręcz spowodowane przez produkty tego przedsiębiorstwa. Dla mnie materiały te były czymś więcej. Na ich podstawie mogłem stwierdzić, jak kadra kierownicza Facebooka postrzega konsekwencje pojawienia się mediów społecznościowych.

Tak jak wielu przede mną początkowo uważałem, że stają się one groźne w rękach złych aktorów – propagandzistów, agentów zagranicznych i osoby rozpowszechniające fake newsy – w najgorszym zaś razie nagłaśniają istniejące wcześniej problemy społeczne. Jednak podczas swoich podróży, gdy jako reporter przygotowywałem doniesienia na temat despotycznych rządów, wojen i przewrotów w dalekich krajach, na każdym kroku natykałem się na powiązania między dziwnymi i niepokojącymi wydarzeniami a mediami społecznościowymi. Niespodziewany wybuch zamieszek, pojawienie się nowego radykalnego ugrupowania, powszechna wiara w absurdalną teorię spiskową – wszystko to miało wspólny mianownik. Podobieństwa do wydarzeń, jakie rozgrywały się w moim rodzinnym kraju, były niezaprzeczalne, nawet jeśli w Ameryce jeszcze nie doszło do eskalacji przemocy. Co tydzień donoszono o tym, że na Twitterze szykuje się spisek, który ma na celu przejęcie władzy w kraju, jakaś subkultura na Reddicie dryfuje w stronę neonazizmu, a ktoś uzależniony od YouTube'a popełnił masowy mord.

Zarazem nieoczekiwany triumf wyborczy Donalda Trumpa w 2016 roku tłumaczono wpływem mediów społecznościowych. Wprawdzie wciąż niewiele wiemy o roli tych platform, ale dowiedziono, że Trump zawdzięczał swój sukces między innymi nowym oddolnym organizacjom oraz skrajnie stronnicy, ale popularnym serwisom internetowym, a także rosyjskim agentom, którzy przybierając fałszywe tożsamości, wykorzystywali



media społecznościowe, by zniekształcać rzeczywistość. Ów globalny trend świadczył o jakiejś fundamentalnej cesze tej technologii. Nikt jednak nie potrafił określić istoty problemu, jego przyczyn ani znaczenia.

Na drugim końcu świata podobnych podejrzeń nabierał młody człowiek – nazwijmy go Jacob – pracownik jednej z ogromnych firm outsourcingowych, której Dolina Krzemowa zleca czarną robotę. Przy każdej okazji wszczywał alarm. Szefowie słuchali go z zaniepokojeniem, a nawet współczuciem. Podzielali jego obawy. Produkt, nad którego wdrażaniem czuwali, stawał się niebezpieczny.

Jacob, niepozorny mól książkowy, w okresie dorastania pokochał internet i od lat majstrował przy komputerach. Technologię tę uważał za dumę Stanów Zjednoczonych. Szczególnym szacunkiem darzył potentatów internetowych, takich jak Mark Zuckerberg, twórca i dyrektor naczelny Facebooka, który twierdził, że świat połączony siecią stanie się lepszy. Gdy Jacob dostał pracę w agencji outsourcingowej, która jako jedna z wielu z całego świata oceniała zawartość postów na Facebooku i Instagramie, wydawało mu się, że stał się częścią historii.

Codziennie jego zespół przeglądał tysiące postów z całego świata, eliminując wszystkie niezgodne z zasadami albo przekraczające dopuszczalne granice. Praca była wyczerpująca, ale wydawała mu się konieczna. Jednak w ciągu kilku miesięcy na przełomie 2017 i 2018 roku pracownicy jego firmy zauważyli, że posty stają się coraz bardziej nienawistne, konspiratorskie i radykalne w wymowie. Odnosili wrażenie, że co bardziej bulwersujące treści były najszerzej rozpowszechniane przez platformę. Wyglądało na to, że ten sam schemat powtarzał się w dziesiątkach obserwowanych przez nich społeczeństw władających rozmaitymi językami.

Co więcej, okazało się, że to, co miało ułatwiać im pracę, utrudniało powstrzymanie wzbierającej fali nienawiści i prowokacji.

Jacob i jego koledzy musieli bowiem trzymać się licznych tajnych regulaminów dyktujących, co można umieszczać na platformach, a co należy usunąć. Ponad dwa miliardy użytkowników Facebooka nie wiedzą o tych regulach. Mają one gwarantować bezpieczeństwo i odpowiednie zachowanie. Wyznaczają granicę między wolnością słowa i mową nienawiści, a działalności ugrupowań politycznych narzucają określone ramy. Jednak żaden regulamin nie zażegnał niebezpieczeństw, często potęgowanych przez samą platformę, zaś zarządy firm patrzyły przez palce na tę najbardziej przyziemną część swojego biznesu. Tymczasem na całym świecie zbiory zasad rozrosły się do kilkuset stron pełnych niejasności i sprzeczności. W najważniejszych fragmentach, instruujących choćby, jak rozpoznać werbunek terrorystów albo obserwować podejrzaną kampanie wyborcze, roiło się od literówek, błędów merytorycznych i oczywistych luk prawnych. Bałagan w niedbale zredagowanych przepisach świadczył o niebezpiecznym lekceważeniu pracy, do której Jacob przywiązywał ogromną wagę, szczególnie w czasach, gdy radykalne poglądy z platform internetowych powoli przenikały do rzeczywistości. Ledwie kilka miesięcy wcześniej Organizacja Narodów Zjednoczonych oficjalnie oskarżyła Facebook o to, że za jego sprawą w Mjanmie doszło do jednego z największych ludobójstw od drugiej wojny światowej.

Jacob przygotował raport na temat odkryć poczynionych przez jego zespół i przekazał go przełożonym. Mijały miesiące. Internet coraz bardziej się radykalizował. Jacob codziennie logował się na swoim terminalu, na próżno czekając na odpowiedź z siedziby głównej. Wpadł na pomysł. Postanowił złamać zabezpieczenia firmowej sieci, przesłać tajne pliki za granicę i przekonać media, by zamiast niego wydały ostrzeżenie, które – jak liczył – dotrze do jednej osoby: Marka Zuckerberga, założyciela i dyrektora naczelnego Facebooka. Był przekonany, że to hierarchia zawodowa i biurokracja uniemożliwiają mu kontakt z kierownictwem.

Gdyby tylko przekazał przełożonym stosowne informacje, natchmiast wszystko by naprawili.

Jacob odezwał się do mnie na początku 2018 roku. Serię moich artykułów – w których pokazałem, jak media społecznościowe doprowadziły do eskalacji przemocy w takich miejscach jak Sri Lanka – potraktował jako dowód na to, że problemy obserwowane przez niego na ekranie są prawdziwe i coraz częściej pociągają za sobą śmiertelne niebezpieczeństwo. Wiedział jednak, że nikt nie uwierzy mu na słowo. Musiał ściągnąć wewnętrzne regulaminy i dokumenty szkoleniowe Facebooka z komputerów w swoim biurze. Zadanie było niełatwe – maszyny były doskonale zabezpieczone, a pomieszczenia objęte monitoringiem – ale możliwe do wykonania: rok wcześniej komuś udało się przekazać kilka plików do „Guardiana”, a nieco więcej informacji wyciekło później do „Vice News”. Jacob stworzył program do ekstrakcji plików, a następnie zaszyfrował je i oczyścił z cyfrowych odcisków palców, które umożliwiłyby namierzenie jego albo kraju, w którym mieściło się jego biuro. Część danych przekazał mi za pośrednictwem bezpiecznego serwera. Kilka tygodni później poleciałem do niego po resztę materiałów.

Facebook, dowiedziawszy się, co wpadło w moje ręce, zaprosił mnie do swojej luksusowej siedziby głównej i zaproponował rozmowę z kilkunastoma decydentami. Wszyscy byli bezkompromisowymi zawodowcami. Niektórzy zdobyli nieskazitelną reputację w Waszyngtonie, w takich dziedzinach jak antyterroryzm i cyberbezpieczeństwo, zanim ogarnęła ich gorączka złota szerząca się w Dolinie Krzemowej. Inni legitymowali się osiągnięciami w dziedzinie praw człowieka i w życiu politycznym. Niewiele mieli wspólnego z domorosłymi hakerami i marzycielami, którzy rzucili studia, by zarządzać platformą społecznościową, choć później stało się oczywiste, że ideologie i uprzedzenia zrodzone w akademikach w pierwszych latach istnienia Doliny Krzemowej i podtrzymywane na tamtejszych kampusach

niemal jak religia przenikają na wskroś technologię, która rozpowszechnia się na całym świecie.

Z moich rozmów w siedzibie głównej Facebooka wyłoniła się osobliwa prawidłowość. Każdy dyrektor opowiadał mi o wyzwaniu, któremu stara się sprostać każdego dnia: uniemożliwianie werbunku terrorystów na platformie, wyprowadzanie w pole hakerów z wrogich państw, ustalanie, jaka kombinacja słów stanowi niedopuszczalne podżeganie do przemocy. Na każde, nawet najbardziej drażliwe pytanie otrzymywałem klarowną, wyczerpującą odpowiedź. Jeżeli jakiś problem pozostawał nierozwiązany, mówiono mi o tym wprost. Nikt nie musiał zaglądać do notatek, by wyjaśnić na przykład, jaką politykę prowadzi Facebook w stosunku do kurdyjskich organizacji niepodległościowych albo jak rozpowszechnia zasady mowy wolnej od nienawiści w języku tagalskim.

Zdziwiło mnie to, że choć stanowiska kierownicze zajmują tak skrupulatni fachowcy, wciąż narastają problemy, o których opowiadają z takim znanstwem. Dlaczego Facebook często nie podejmuje żadnych działań, gdy organizacje walczące o prawa człowieka informują go o zagrożeniach stwarzanych przez ten portal? Dlaczego dziennikarze tacy jak ja, posiadający znikomy budżet i niewielki wgląd w wewnętrzne funkcjonowanie platform, wspierani przez o wiele mniejsze grono współpracowników, wciąż odkrywają potworności popełnione przez sekty i zbrodnie zrodzone przez Facebook, których podobno nikt nie przewidział? Kiedy jednak podczas każdego wywiadu pytałem o zagrożenia, które nie wynikają z działań dokonywanych w złej wierze tylko z samej technologii, wydawało mi się, że uderzam w niewidzialną ścianę.

„Ten rodzaj nadużyć nie jest czymś nowym”<sup>3</sup>, odparła szefowa od globalnej polityki publicznej, zapytana o konsekwencje działania platformy. „Po prostu media społecznościowe wzmacniają każdy przekaz”, dodała. „Jako społeczeństwo wciąż za mało

wiemy o konsekwencjach ich działania”<sup>4</sup>, stwierdził decydent odpowiedzialny za cyberbezpieczeństwo Facebooka. Stwierdził też, że zmiana wprowadzona przez tę technologię polegała przede wszystkim na redukcji „tarć” w komunikacji, dzięki czemu informacje krążą szybciej i na większą skalę.

Zdziwił mnie ten dalece niekompletny obraz Facebooka. Wielu pracowników firmy zdawało się nieświadomych tego, że algorytmy wykorzystywane przez platformę i jej struktura kształtują doświadczenie i motywacje użytkowników, a zatem również ich samych. Elementy te stanowią sam zrab produktu i powód, dla którego podczas moich rozmów wokół roilo się od programistów. Czulem się tak, jakby kierownictwo fabryki papierosów twierdziło, że nie wie, czemu ludzie uskarżają się na problemy zdrowotne wywołane przez sprzedawane przez ich firmę kartonowe pudelecza.

W pewnym momencie podczas rozmowy z dwójką pracowników nadzorujących zarządzanie sytuacjami kryzysowymi na moment wyszedłem z roli reportera, by zwrócić ich uwagę na coś, co mnie zaniepokoiło. W wielu krajach na całym świecie rzekomo znikąd pojawiła się na Facebooku makabryczna pogłoska, że tajemniczy przybysze porywają dzieci, by zmuszać je do prostytucji i handlować ich narządami. Wspólnoty, w których krążyły te informacje, reagowały coraz gwałtowniej. Na przykład plotka ta rozpowszechniana za pośrednictwem Facebooka i WhatsAppa na indonezyjskiej prowincji spowodowała, że niezależnie od siebie w dziewięciu wioskach hordy mieszkańców zaatakowały niewinnych przechodniów. Informacja ta niczym tajemniczy wirus, który zdawał się produktem platformy, zamieniła normalne wspólnoty w kohorty żądne krwi. Para pracowników Facebooka słuchała, kiwając głowami. Nie zadawali żadnych pytań. Jedno z nich wyraziło tylko nadzieję, że pewnego dnia sprawą tą zajmie się jakiś niezależny badacz. Następnie przeszliśmy do kolejnego tematu.

Tymczasem rozmaite wersje pogłoski o porywaniu dzieci pojawiały się na Facebooku. Jedna z nich wypłynęła na amerykańskim forum 4chan z podpisem „QAnon”, a potem podziałała na Facebook jak zapalka na rozlaną benzynę. Gdy ruch QAnon przyciągnął dziesiątki tysięcy osób, wewnętrzny raport FBI ocenił go jako krajowe zagrożenie terrorystyczne. Od samego początku algorytmy Facebooka promowały ugrupowania pod auspicjami QAnon jak zwyczajne grupy hobbistyczne. W konsekwencji mały krąg zwolenników teorii spiskowej rozrósł się do rozmiarów niewielkiej partii politycznej tylko po to, by treści generowane przez QAnon cieszyły się większą klikalnością.

Jednak w ozdobionej muralami siedzibie Facebooka nic nie zachwiało wiary w to, że produkty firmy działają w interesie dobra publicznego. Fundamentalne dla Doliny Krzemowej przekonanie, że im więcej czasu ludzie spędzają w sieci, tym więcej się uczą, a świat staje się przez to lepszy, zakorzeniło się szczególnie mocno wśród programistów tworzących i kształtujących platformy społecznościowe. „Im szerszy mamy zasięg i im więcej ludzi angażujemy, tym wyższa staje się stawka”<sup>5</sup> – wyjaśniła starsza programistka odpowiedzialna niegdyś za Aktualności na Facebooku. „Zarazem jednak uważam, że więcej osób ma szansę dowiedzieć się czegoś nowego”. Zapewniła mnie też, że zostaną wprowadzone rozwiązania techniczne ograniczające wszelkie ryzyko, które towarzyszy misji platformy, by zwiększyć zaangażowanie użytkowników.

Jak się później dowiedziałem, w reakcji na narastające podejrzenia, że Facebook pogłębia polityczne podziały w Ameryce, tuż przed moją wizytą firma zleciła swoim pracownikom zbadanie efektów działania własnej technologii. Niektórzy z nich w wewnętrznych raportach stwierdzili, że platforma robi dokładnie to, co kadra kierownicza bagatelizowała podczas moich rozmów. „Nasze algorytmy wykorzystują fakt, że ludzki aparat poznawczy lubi klarowne przeciwstawienia”<sup>6</sup> – ostrzegali analitycy w 2018

roku w raporcie, który wyciekł do „Wall Street Journal”. Padło w nim wręcz stwierdzenie, że Facebook zaprogramowano tak, by dostarczał użytkownikom „coraz więcej polaryzujących treści, żeby przyciągnąć ich uwagę i wydłużyć czas korzystania z platformy”. Kadra kierownicza odesłała wyniki tych badań do archiwum i zlekceważyła dołączone do nich zalecenie, by tak skalibrować systemy podsuwające użytkownikom określone treści, by zredukować czas spędzany w sieci. Najwyraźniej pytanie, które zadałem na korytarzu siedziby Facebooka – „Jakie konsekwencje ma przeniesienie dużej części życia politycznego, obiegu informacji i relacji międzyludzkich na platformy internetowe, jawnie zaprojektowane po to, by manipulować uwagą użytkowników?” – pozostało bez odpowiedzi.

W kilka miesięcy po mojej wizycie doszło do największego w historii publicznego ataku na Dolinę Krzemową. Przed potentatami mediów społecznościowych piętrzyły się przeszkody: przesłuchania w Kongresie, przepisy prawa międzynarodowego, grzywny rzędu kilku miliardów dolarów i widmo przymusowej parcelacji firmy. Na porządku dziennym osoby publiczne przedstawiały owe korporacje jako największe zagrożenie naszych czasów. W reakcji szefowie firm obiecali skonfrontować się z negatywnymi skutkami świadczonych przez nie usług. Pokazali szerokiemu gronu, jak funkcjonują „centra dowodzenia”, gdzie czuwa się nad właściwym przebiegiem kampanii wyborczych, i zaktualizowali regulamin oceny publikowanych treści. Nie zmienił się jednak ani model biznesowy – oparty na dążeniu, by użytkownicy każdego dnia tkwili na platformach tak długo, jak to tylko możliwe – ani stosowana technologia, pozwalająca osiągać takie cele. Choć stale pogłębiały się problemy, które obiecali rozwiązać szefowie, portale społecznościowe zarabiały coraz więcej.

Nowa dekada przyniosła falę kryzysów: pandemię COVID-19, obrachunki i niepokoje na tle rasowym w Stanach Zjednoczonych,

gwałtowne narastanie tendencji prawicowych i zamach na amerykańską demokrację. Każdy z nich obnażał wpływ platform internetowych na życie społeczne albo odsłaniał nawarstwiający się od lat konsekwencje ich funkcjonowania.

Latem 2020 roku w trakcie niezależnego audytu Facebooka, zleconego przez firmę pod naciskiem grup stojących na straży praw obywatelskich, stwierdzono, że na platformie dzieje się dokładnie to, co przepytывani przeze mnie szefowie firmy próbowali zamieść pod dywan. Regulamin Facebooka pozwalał dezinformacji szerzyć się w najlepsze i wpływać na wyniki wyborów. Algorytmy i systemy rekomendacji „kierowały użytkowników na obszary, gdzie ekstremistyczny przekaz ulegał wzmocnieniu”<sup>7</sup> i gdzie szerzyła się nienawiść. Najbardziej zaś autorzy raportu potępiłi to, że firma nie rozumie, w jaki sposób jej produkty wpływają na miliardy użytkowników.

Wiedziała o tym jednak garstka osób, które ostrzegały nas dawno temu, choć wtedy jeszcze nie chcieliśmy ich wysłuchać. Większość z nich zaczynała jako pasjonaci wierzący w moc technologii, a ponieważ od dawna mieszkali i pracowali w Dolinie Krzemowej, jako pierwsi zauważyli problem, zdiagnozowali go i zobrazowali jego konsekwencje. Ale firmy, które twierdziły, że właśnie tego chciały się dowiedzieć, tłumili ich zapał, stawiały ich reputację pod znakiem zapytania i kwestionowały ich odkrycia. Mimo to wiele przedsiębiorstw musiało przyznać rację tym, którzy wszczęli alarm. Początkowo działali oni niezależnie od siebie, a każdy na swój sposób próbował odpowiedzieć na to samo pytanie: jakie konsekwencje pociąga za sobą użycie owej technologii? Moja książka też je stawia, dopuszczając do głosu ludzi, którzy realizowali tę misję.

Od początku istnienia mediów społecznościowych powszechnie uważano, że karmią się one tanią sensacją i oburzeniem. Ocena ta, choć trafna, nie oddawała powagi problemu. Rosnąca stale sterta dowodów, gromadzonych przez dziesiątki badaczy



uniwersyteckich, dziennikarzy, sygnalistów i zatroskanych obywateli, świadczyła o tym, że technologia ta oddziałuje na znacznie większą skalę. Wywarła tak przemożny wpływ na naszą psychikę i tożsamość i przeniknęła tak głęboko do naszego życia, że zaczęła zmieniać nasz sposób myślenia, zachowanie i relacje. Oddziałując na miliardy użytkowników, wywołała efekty społeczne na ogromną skalę.

Trudno winić Dolinę Krzemową za psychologiczne słabostki, przez które wyrządzamy innym krzywdę albo działamy na swoją szkodę. Nie odpowiada też ona za kulturową polaryzację w Ameryce i innych krajach, przez którą użytkownicy zamieniają te nowe cyfrowe obszary w strefy ostrych konfliktów politycznych, podkopujących wiarę we wspólne dobro albo poczucie rzeczywistości. Trudno też mieć za złe nawet największym koncernom technologicznym, że powstały zgodnie z modelem biznesowym, za sprawą którego w ręce dwudziestokilkuletnich outsiderów trafiły miliardy dolarów. Inwestorzy, nie bacząc na podejrzane motywacje swoich podopiecznych, oczekiwali od nich natychmiastowych kolosalnych zysków. Przedsiębiorstwa te zgromadziły największe fortuny w historii. Wykorzystując ludzkie skłonności i słabości, zainicjowały nową erę w życiu społecznym. Konsekwencje – które, jak się wydaje z perspektywy czasu, uważny obserwator przewidziałby dużo wcześniej – przysłoniła ideologia, w myśl której spędzanie czasu w sieci daje szczęście i wolność duchową. Niebagatelną rolę odegrał też ten rodzaj kapitalizmu, który zrodził się w Dolinie Krzemowej. To przez niego na czele przedsiębiorstw zawiadujących naszymi umysłami stała się subkultura cynicznych dwudziestolatków o milenarystycznych poglądach.

Firmy technologiczne stały się zatem instytucjami władzy. Kiedy wreszcie wymuszono na nich, by działały bardziej odpowiedzialnie, znalazły się w centrum politycznego i kulturowego kryzysu, za który częściowo ponosiły winę. Zarządzanie

demokracją zmierzającą ku autodestrukcji można by uznać za niewdzięczne zadanie, gdyby przedsiębiorstwa te nie zdobyły tak ogromnych wpływów, nie wykręcały się od odpowiedzialności, póki nie zmusiły ich do tego nowe przepisy, i gdyby niemal na każdym kroku nie narażały swoich użytkowników, by zagwarantować sobie wielomiliardowe miesięczne przychody. Wcześniej nic nie skłaniało potentatów mediów społecznościowych do konfrontacji z generowanymi przez ich imperia kosztami społecznymi – które ponosimy wszyscy, tak jak mieszkańcy miasta czerpiącego wodę ze zbiornika, do którego spływają toksyczne odpady z pobliskiej fabryki – dlatego wyręczyły ich dziesiątki zaniepokojonych aktywistów i zbiegów z Doliny Krzemowej.