



Co innego widzę, w co innego wierzę

Pośród różnych propozycji, porad, apeli i zachęt wyskakujących z internetu, moją uwagę zwróciła oferta szkolenia: „Nie wierz w to, co widzisz”.
Pouczy nas, jak to zrobić.



Michał Ogórek

satyryk i felietonista, od 1989 r. związany z „Gazetą Wyborczą”. Obecnie pisuje w „Angorze”. Autor wielu książek. Ostatnio wydał „Sto lat! Jak czciliśmy przywódców w ostatnim stuleciu”, o kulcie przywódców – od Piłsudskiego przez Bieruta i Gomułkę po braci Kaczyńskich.



Oferowane ćwiczenia nie pochodzą od okulistów, jak można by w pierwszym momencie pomyśleć, tylko od specjalistów od dezinformacji w internecie, rozciągających swe

zainteresowania od „prostych fake newsów po zaawansowane deepfake’i”. Już jak widzę słowo „deepfake’i”, to nie wierzę i nie trzeba mnie do tego namawiać.

Nieco niepokoi logiczna zależność, że z hasła „nie wierz w to, co widzisz” wynika wprost wniosek: „wierz temu, czego nie widzisz”. A to byłoby już propagowanie mistyki, więc chyba nie o to chodzi.

Szkopuł w tym, że hasło „nie wierz w to, co widzisz” można właśnie zobaczyć – skoro już to wszyscy właśnie zrobiliśmy. Aby w nie wierzyć, trzeba by go było nie zobaczyć, ale na to jest za późno. Tym samym musimy temu nie wierzyć.

Komentarze pod tekstem od razu podchwyciły, że informacja na ten temat została przez samych organizatorów otagowana „fake news”, co dużo nam wyjaśnia. Aczkolwiek nie do końca – co powoduje, że taki specjalista od razu wie, żeby czemuś nie wierzyć, jak tylko to widzi.

Liczne komentarze do tekstu wskazują jednak na wyjątkową skuteczność specjalistów, ponieważ nikt informacji „nie wierz w to, co widzisz” nie wierzy, jak tylko ją zobaczy. Oto najpopularniejsze uwagi do organizatorów akcji: „Z transparentnością zaczynać trzeba od siebie, nie od innych: jak ten projekt konkretnie jest wspierany z kasy unijnej? Ile kto dostał? Ile kosztowało przygotowanie „programu”? Ile wydał na siebie?”. Odbiorcy już nie wierzą, zanim jeszcze wiedzą w co.

Jest prawie pewne, że w tej sytuacji autorzy już po samej tej reakcji uznają, że fake newsem może być samo pytanie, nawet bez jakiegokolwiek odpowiedzi. Będą ostrzegać, że jak tylko samo takie pytanie się zobaczy, to już mu nie należy wierzyć.

” *Z tego wynika nowy wniosek, że może nie być żadnego newsa, aby był fake.*

Jest to jeden z ciekawszych aspektów tej raczkującej dziedziny naukowej: czy niepodawanie żadnych informacji zaliczać do fake newsa? Na pierwszy rzut oka nie, bo niepodawanie żadnych informacji nie jest przecież podawaniem informacji fałszywych. Jednak przecież brak informacji dopiero jest klasyczną dezinformacją.

Pozostając w tym samym kręgu: jest to stały sposób obwieszczenia informacji przez ministra cyfryzacji Krzysztofa Gawkowskiego, który mówi, że na jakieś projekty jego resort zamierza przeznaczyć „miliardy złotych”. Pomijając już

to, że zamiar nie jest tożsamy z realizacją (a nawet jest zupełnie czym innym, często odwrotnym), to podawane kwoty mogą oznaczać zarówno dwa, jak i dwieście miliardów. I sama ta różnica zmienia zupełnie sens informacji, która może oznaczać jednocześnie zarówno finansowanie, jak i brak finansowania projektu.

Tu niewybaczalny błąd popełniło Centrum Informacyjne Rządu, przy informacji („nie wierz w to, co widzisz”) o inwestycjach Googla w Polsce fatalnie sprecyzowało kwotę. A to 5 mln dolarów w ciągu 5 lat, co przy planowanych „szkoleniach cyfrowych” dla miliona osób daje na jednego szkolenego ... 5 dolarów.

Reakcja internautów, którzy – nieprzeszkoleni – natychmiast masowo wyłapali te informacje, była jedna: wszyscy uznali to za fake newsa. Być może coś zmieniło by ich wcześniejsze przeszkolenie, ale mówiąc prawdę, też nie wiadomo.

Taka reakcja skłoniła Googla do sprostowania, że te 5 mln USD to tylko na początek na waciki dla żony, a tak w ogóle zamierzają oni zainwestować w Polsce miliardy. Miliardy te jednak – w odróżnieniu od wcześniejszych milionów – nie były uzupełnione o żadną, najmniejszą nawet, liczbę.

Co w tej serii informacji jest fake newsem dokładnie nie wiadomo, przy czym najlepszym fake newsem byłoby to, że Centrum Informacyjne Rządu stworzyło go specjalnie po to, aby zaambarasować Googla i zmusić go do wydania więcej. Byłby to jednak fake news niepotwierdzony. W taką kategorię newsa to już w ogóle nie wiadomo, czy można wierzyć i to niezależnie od tego, czy się go widzi, czy nie.

Ciekawa rzecz, że jedyne, czemu da się uwierzyć z całej kampanii informacyjnej to ten niewiarygodny, sprostowany fake news o 5 dolarach na osobę, co jedyne można uznać za zweryfikowane.

” *Potwierdza się tym samym staroświecka zasada, jeszcze sprzed wymyślenia internetu, że wierzyć można tylko informacjom zdementowanym i akurat internet nie ma tu nic do rzeczy i niczego nie zmienił.*