

Scott Galloway, *Wielka czwórka. Ukryte DNA: Amazon, Apple, Facebook i Google*, Rebis, Poznań 2024, 368 s.

Autor tego amerykańskiego bestsellera z 2017 r. jest profesorem School of Business na Uniwersytecie Nowojorskim. Książka *Wielka Czwórka* to jego debiut wydawniczy, napisany z pasją i poło-tem, językiem przystępnym, potocznym, pełnym kolokwialnych zwrotów zaczerpniętych z życia codziennego. Choć w Polsce publikacja ta nie miałaby szans na zdobycie wielu punktów do parametryzacji, to jednak wyjaśnia znacznie więcej z otaczającego nas świata niż wiele publikacji traktowa-nych u nas jako naukowe.

Galloway wyjaśnia w swej pracy mechanizmy, które całkowicie zmieni-ły krajobraz poznawczy i ekonomiczny współczesnego świata, wskazując na rolę kilku wizjonerów świata cyfrowe--go, ludzi na swój sposób genialnych, choć być może nie takich, jakich byśmy chcieli mieć w najbliższym otoczeniu.

Autor nazywa grupę przedsiębiorstw, które zdominowały współczesny obieg handlowy i informacyjny, Wielką Czwór-ką. Są to: Amazon, Apple, Facebook i Google. Kolejność jest alfabetyczna, bo trudno ustalić, która z tych firm jest najważniejsza. Niektóre uzupełniają się, inne ze sobą konkurują, ale łącznie reprezentują kapitalizację giełdową po-równywalną z PKB Francji.

Twórcą sukcesu Amazona jest Jeff Bezos, obecnie jeden z najbogatszych ludzi na świecie. Początkowo była to firma zajmująca się internetową sprzedażą książek z pominięciem sieci hurtowej. Interes Bezosa rozwinął się świetnie, ale prawdziwe przyspiesze-

nie nastąpiło wtedy, gdy przy pomocy gigantycznych zasobów pamięci zdo-łano skrócić drogę każdego towaru od producenta do klienta. Amazon jest w stanie rozpoznawać potrzeby klien-tów i dostarcza im towar znacznie szybciej niż tradycyjne firmy handlowe. W istocie fundamentem niesamowite-go sukcesu Amazona było wykluczenie pośrednictwa hurtowego na ogromnych obszarach świata i przejęcie gigantycz-nej marży handlowej.

Firma Apple, która zaczynała jako producent komputerów, zrobiła ba-jeczną karierę dzięki iPhone'om – te-lefonom komórkowym zupełnie nowe-go typu, łączącym cechy tradycyjnego komunikatora z dostępem do sieci in-ternetowej z jej wszelkimi możliwościami. Dodatkowym źródłem sukcesu Ap-ple'a był efekt prestiżowy: posiadanie iPhone'a stało się przepustką do „lep-szego świata”, dowodem uczestnictwa w globalnej wymianie informacji. Infor-matyczna rewolucja trafiła nie tylko na biurka, ale też do kieszeni miliardów ludzi.

Facebook z kolei połączył nieprze-liczone rzesze ludzi w prawdziwą „glo-balną wioskę”, w której ludzie zyskali złudzenie uczestnictwa we wszystkich ważnych wydarzeniach, zarówno pry-watnych, jak i publicznych. Użytkow-nicy stali się nie tylko odbiorcami infor-macji, ale ich twórcami.

Wreszcie Galloway omawia karie-rę firmy Google, która od lat gromadzi i udostępnia informacje ze wszystkich możliwych dziedzin życia, zdobywając jednocześnie olbrzymią wiedzę o swo-ich użytkownikach. Informacje te mają kluczowe znaczenie w handlu, polityce i innych sferach życia społecznego.

Autor omawia też przy okazji historię firm, które straciły dawną pozycję na rynku, takich jak IBM czy Microsoft, a także potencjalnych rywali Wielkiej Czwórki w przyszłości. Na razie jednak nic nie wskazuje, by jej dominacja miała się szybko skończyć. Choć usługi tych gigantów są powszechnie znane, mało kto zdaje sobie sprawę z mechanizmów, jakie wykorzystali twórcy sukcesów tych firm, a także ich roli w kształ-

towaniu poglądów i postaw ludzkich. Galloway cierpliwie to wyjaśnia, uświadamiając czytelnikowi, w jakim stopniu, korzystając z produktów tych firm, buduje ich przewagę konkurencyjną i dominację w społeczeństwie.

Wojciech Roszkowski
Instytut Studiów Politycznych PAN
ORCID: 0000-0002-7736-2013
wojciech@roszkowski.pl