

Jakub Kuźmiński
Wydział Filozofii i Socjologii

Implanty, nowa kategoria wearables

Wearables, czyli urządzenia ubieralne – zegarki, opaski, okulary, dawniej melodia przyszłości znana wyłącznie ze scenariuszy najnowszych filmów z Jamesem Bondem, aktualnie trend technologiczny, w którym swojej szansy na uzyskanie rynkowej przewagi upatrują największe marki jak Apple, Samsung czy Google. Idea jest bardzo prosta, używanie tego typu urządzeń ma na celu ułatwienie korzystania głównie z funkcji, z których korzystać można za pośrednictwem telefonu. Główną zaletą wearables jest możliwość posiadania ich ciągle przy sobie, bez konieczności wyciągania z plecaka czy torby telefonu, by wykonać połączenie, sprawdzić wiadomość czy przeanalizować ilość spalonych kalorii podczas treningu.

Implanty, w stronę których technologia ta zdaje się podążać, nie będą wyłącznie dodatkiem do telefonu czy innego urządzenia „matki” – same staną się tym urządzeniem, a umiejscowienie technologii, która pozwoli uczestniczyć w rozmowach, przeglądać internet, analizować obserwowaną rzeczywistość i wyświetli wszelkie niezbędne informacje, bezpośrednio w mózgu, sprawi, że nie będzie potrzeby korzystania z jakichkolwiek urządzeń zewnętrznych. Rozwój neurotechnologii pozwoli na bezdotykową obsługę takiego urządzenia za pośrednictwem mózgu, a wszelkie informacje użytkownik otrzyma bezpośrednio do głowy. Spektrum potencjalnych zastosowań tego typu implantów jest niezwykle szerokie, a w momencie w którym technologia ta stanie się powszechnie dostępna, producenci prześcigać będą się w tworzeniu nowych potencjalnych funkcji. Od przychodzącej na myśl od razu komunikacji, poprzez wyznaczanie trasy czy analizę widzianej treści – implanty pozwolą z miejsca wyszukać informacje o widzianych obiektach, dokumentach czy ludziach.

Powszechne zastosowanie tego typu technologii niesie ze sobą bardzo duże ryzyko. W przypadku komputerów i telefonów były to wirusy, które mogły umożliwić wykradanie newralgicznych danych z urządzeń użytkownika. W przypadku implantów, ewentualne uzyskanie dostępu osoby trzeciej wiązałoby się z ryzykiem wglądu w myśli użytkownika. Warto zauważyć, że nie chodzi tu o ewentualne „cyber/mind – przestępstwa” – użytkowanie implantów, podłączenie do sieci łączącej wszystkich ludzi, na pewno wymagałoby akceptacji szeregu regulaminów, pozwalających na przetwarzanie uzyskanych w ten sposób danych. Robią to już teraz wyszukiwarki czy portale społecznościowe, a zebrane w ten sposób informacje mogą być przetwarzane na potrzeby działań marketingowych i pozycjonowania reklam w sieci. Jednak informacje na temat określonych przez użytkownika zainteresowań (lajki na facebook) czy obiektów wyszukiwania to dane niezwykle ubogie, jeśli porównamy je z bogactwem informacji, które uzyskać można bezpośrednio z mózgu użytkownika.

Technologia ta wymusi na użytkownikach całkowitą rezygnację z prywatności, do głowy ludzie pozwolą sobie wczepić implant, który poza dostarczeniem szeregu ułatwiających życie funkcji, będzie śledził każde poczynanie użytkownika. Łatwo wyobrazić sobie sytuację, w której ktoś pomyśli o, przykładowo, zmianie firmy dostarczającej implanty (przy założeniu, że pojawi się potencjalna konkurencja) – reakcja aktualnego operatora byłaby natychmiastowa. Szereg uaktualnień, promocji, nowych funkcji – użytkownik z pewnością zasypany zostałby informacjami, które miałyby przekonać go do pozostania przy danym urządzeniu. Co więcej, znając jego myśli, operator w czasie rzeczywistym mógłby zbadać reakcje na konkretne oferty, dzięki czemu ich pozycjonowanie byłoby jeszcze lepsze. Implanty wymuszą na nowo zdefiniowanie frazy „real time marketing”.

Należy się zastanowić, czy taki rozwój technologii przyniesie więcej plusów niż korzyści? Ludzie połączeni w sieci, ułatwiona komunikacja, podróżowanie i nauka. Z drugiej strony całkowity brak prywatności i szereg zagrożeń związanych z wyciekiem newralgicznych danych, które w chwili obecnej mogą być trzymane offline. Wraz z implantami, „offline” zniknie na zawsze.