

Biały wywiad



asp. szt. dr Tomasz Pączkowski
Zakład Służby Kryminalnej

Biały wywiad



Katowice 2020

Nadzór merytoryczny:
mł. insp. Piotr Sobiech

Redakcja, korekta, skład:
Paweł Mięsiak

© Szkoła Policji w Katowicach, Katowice 2020. Pewne prawa zastrzeżone.

Niniejsza publikacja w całości stanowi materiał dydaktyczny Szkoły Policji w Katowicach. Publikacja dostępna jest na licencji:
Creative Commons – Uznanie autorstwa – Użycie niekomercyjne – Na tych samych warunkach (CC-BY-NC-SA) 4.0 Polska.

Postanowienia licencji są dostępne pod adresem:
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/legalcode.pl>

Spis treści

Wstęp	4
1. Pojęcie i geneza białego wywiadu	5
2. Współczesne źródła informacji	9
3. Poszukiwanie informacji w Internecie	13
3.1. Kryteria oceny strony internetowej.....	15
4. Gromadzenie informacji w sieci	18
4.1. Identyfikacja użytkownika sieci	22
4.1.1. Nazwa użytkownika	22
4.1.2. E-mail	22
4.1.3. Adres nazwy domen www	23
4.1.4. Adres IP	24
4.2. Zdjęcia i materiały wideo	25
4.3. Social Networks.....	25
5. Wyszukiwarki internetowe	33
6. Dokument i rejestry publiczne	39
7. Dokumenty biznesowe	42
8. Geolokalizacja	44
9. Archiwa, jako źródła informacji	46
Bibliografia	48

Publikacja przybliży zagadnienie białego wywiadu. W ostatnich latach można zauważyć bardzo dynamiczny rozwój tej dziedziny. Przedstawione zostały metody poszukiwania, gromadzenia i zarządzania informacjami, ich źródła, analiza oraz przeznaczenie.

Często informacje dostarczane przez środki masowego przekazu zapewniają określoną wiedzę, która, co istotne, została podana w komunikatywnej i odpowiednio opracowanej formie. Umożliwia to bardzo szybkie i sprawne zapoznanie się z kontekstem społecznym, kulturowym, historycznym oraz religijnym konkretnej sytuacji, co znacznie zwiększa szansę na uzyskanie trafnej i pełniejszej odpowiedzi podczas dalszych działań wywiadowczych prowadzonych innymi środkami.

Rozdział 1.

Pojęcie i geneza białego wywiadu

Ze względu na sposób pozyskiwania informacji, a także sam typ informacji, jakimi interesuje się wywiadowca możemy wyróżnić:

- **wywiad biały** – polega na pozyskiwaniu informacji w sposób zupełnie jawny i tym samym nie dotyczy informacji objętych jakąkolwiek klauzulą tajności i innych danych chronionych w odmienny sposób,
- **wywiad czarny** – będący przeciwieństwem wywiadu białego, zwykle określamy go jako szpiegostwo, którego celem jest pozyskanie informacji chronionych prawnie (a co za tym idzie zwykle zabezpieczanych w różny sposób). Do ich zdobycia wykorzystuje się dowolne środki i metody, zwykle nielegalne lub noszące znamiona przestępstwa¹.

Biały wywiad, najogólniej ujmując, jest metodą pozyskiwania i analizy informacji pochodzących z otwartych, ogólnodostępnych źródeł². Określany jest on również, jako forma pracy wywiadowczej, polegająca na gromadzeniu informacji pochodzących z ogólnie dostępnych źródeł, wykorzystywana zarówno w wywiadzie państwowym, jak i gospodarczym³.

Z kolei według J. Lareckiego biały wywiad to metoda pracy wywiadowczej, polegająca na studiowaniu i analizie zagranicznych materiałów publikowanych oficjalnie lub ogólnie dostępnych. Należą do nich głównie prasa codzienna i periodyczna (polityczna, techniczna, biznesowa), dokumentacja i sprawozdania z działalności i zamierzeń rządów (oświadczenia premiera i ministrów), partii rządzących i opozycyjnych, specjalistycznych kongresów oraz prac parlamentarnych (np. wystąpień

¹ J. Wójcik, *Wywiad i kontrwywiad gospodarczy*, Wszechnica Polska Szkoła Wyższa w Warszawie, 2018 <https://wszechnicapolska.edu.pl/dokumenty/wydawnictwo/2018/2018-wywiad-i-kontrwywiad-gospodarczy.pdf>.

² K. Liedel, T. Serafin, *Otwarte źródła informacji w działalności wywiadowczej*, Warszawa 2011, s. 57-74.

³ <https://www.wirtualnemedi.pl/sloownik/bialy-wywiad>.

i interpelacji posłów, stenogramów z prac komisji sejmowych), ponadto wnioski patentowe, audycje radiowe i telewizyjne, Internet, otwarte bazy danych, geoinformacja i wiele innych ogólnodostępnych źródeł. Ta forma wywiadu zwana jest również wywiadem bezagenturalnym, publicznym, jawnym, pasywnym bądź monitoringiem jawnych źródeł informacji⁴.

Zdaniem B. Sienkiewicza zadaniem białego wywiadu jest legalne zdobywanie informacji z przestrzeni publicznej i przetwarzanie ich w sposób dający pionom operacyjnym wywiadu możliwość reakcji w sytuacjach tego wymagających⁵.

Istotą białego wywiadu jest więc, by informacje pozyskiwane przez osoby zajmujące się nim nie stanowiły tajemnicy w rozumieniu prawa. Z punktu widzenia służb wywiadowczych biały wywiad posiada jedną zaletę nie do przecenienia: ryzyko wykrycia zbierania informacji przez kontrwywiad i konsekwencje z tym związane są znikome.

Dlatego też metoda ta była szeroko wykorzystywana przez zachodnie służby wywiadowcze w państwach totalitarnych, gdzie bezpośrednie zbieranie informacji mogło być połączone z zagrożeniem dla zdrowia, a nawet życia. Przypadek Korei Północnej pokazuje, że problem ten jest wciąż aktualny. Stworzenie i koordynacja nawet najszczuplej siatki opartej na tajnych współpracownikach w warunkach permanentnej kontroli i inwigilacji obywateli jest zadaniem niezwykle trudnym, czasochłonnym i kosztownym⁶. Dlatego właśnie służby wywiadowcze koncentrują się na informacjach pozyskiwanych od uciekinierów, turystów lub wyszukują informacje w oficjalnych mediach reżimu.

Za pierwsze przykłady białego wywiadu już w starożytności możemy uznać relacje kupców i podróżników, gromadzone i często zapisywane na dworach panujących.

⁴ J. Larecki, *Wielki leksykon służb specjalnych świata: organizacje wywiadu, kontrwywiadu i policji politycznych świata, terminologia profesjonalna i żargon operacyjny*, Warszawa 2007, s. 749-750.

⁵ B. Sienkiewicz, *Historia pewnego złudzenia*, „Przegląd Bezpieczeństwa Wewnętrznego” Wydanie Specjalne, s. 52.

⁶ B. Sarmak *Wykorzystanie otwartych źródeł informacji w działalności wywiadowczej*, Przegląd Bezpieczeństwa Wewnętrznego 12/15, s. 263.

Niestety informacje gromadzone w ten sposób były zwykle znacząco „wzbogacone” fantazją opowiadającego.

Kolejnym ważnym etapem w rozwoju białego wywiadu było pojawienie się druku. Istotną wiedzę i informacje naukowe oraz opisy technologii rozpowszechniano w formie książkowej po całej Europie, a wraz z pojawieniem się gazet informacje te stawały się coraz bardziej aktualne (choć nie zawsze rzetelne) i dotyczące bieżących wydarzeń politycznych i gospodarczych.

Szczególnie gromadzenie i wykorzystanie informacji jawnych upowszechniło się przed i w trakcie II wojny światowej. Oczywiście wszystkie strony konfliktu gromadziły wszelkie informacje zawarte w publikacjach i gazetach dla potrzeb wywiadowczych.

Bardzo zajmujące są dwa przypadki wykorzystania białego wywiadu dla celów militarnych związanych z Niemcami:

- w trakcie Anschlussu (zajęcia) Austrii hitlerowcom brakowało wojskowych, precyzyjnych map tych terenów, wykorzystali więc dokładne przewodniki turystyczne, opracowane przez wydawnictwo Karla Baedekera. Tak więc informacje zebrane pierwotnie dla celów turystycznych mogą zostać wykorzystane do celów militarnych,
- z kolei naukowcy amerykańscy uznali nagłe zniknięcie w przedwojennych Niemczech publikacji naukowych na temat fizyki atomowej za ważny sygnał, że hitlerowcy zaczynają prace nad budową bomby atomowej. Kolejnym sygnałem po zajęciu Czechosłowacji było zaprzestanie eksportu uranu z tamtejszych fabryk. Tak więc nie tylko dostępne publikacje mogą stanowić źródło informacji, ale również nagłe ich zniknięcie z obiegu publicznego stanowi istotną informację⁷.

Warto również wspomnieć, że w okresie przed lądowaniem w Normandii alianci zbierali wszystkie dostępne kartki pocztowe z widokami tamtejszego wybrzeża.

⁷ I. Stein, *Tajne kopalnie uranu na Śląsku*, <https://www.focus.pl/artykul/swego-nie-znacie-tajemnice-uranu-ze-slaska> oraz K. Jasiński *Czy III Rzesza posiadała broń atomową?* <https://www.rp.pl/Rzecz-o-historii/308189910-Czy-III-Rzesza-posiadala-bron-atomowa.html>.

Wykorzystano je później w trakcie przygotowań do lądowania, jako materiał do przygotowania makiety terenu.

W programie wyemitowanym przez Discovery Channel o amerykańskich samolotach szpiegowskich Lockheed SR-71 Blackbird jeden z inżynierów projektu przyznał, że znaczące problemy w projektowaniu samolotu udało się rozwiązać dzięki algorytmowi matematycznemu opublikowanemu w rosyjskiej publikacji naukowej.

Rozdział 2.

Współczesne źródła informacji

W ostatnich latach jesteśmy codziennie wręcz „zalewani” przez media ogromną ilością informacji. Warto przy tym zauważyć, że tylko niewielu z nas zastanawia się nad ich wartością i wiarygodnością. Wymagałoby to bowiem poświęcenia dodatkowego czasu na ich weryfikację. Dlatego często przekonujemy się, że to, czego dowiedzieliśmy się w mediach jednego dnia, już nazajutrz zostaje odwołane lub okazuje się stanowić „fake news”⁸. Dlatego tak ważna jest ocena wiarygodności dostarczanych informacji.

M. Grabowski i A. Zajac podają następujące kryteria, jakie powinna spełniać prawidłowo dostarczana informacja:

- **efektywność** (*effectiveness*) – zapewnienie informacji istotnej, stosownej i użytecznej oraz dostarczenia jej na czas w poprawnej i spójnej formie,
- **wydajność** (*efficiency*) – dostarczenie informacji, wykorzystując dostępne zasoby w sposób optymalny (ekonomiczny),
- **poufność** (*confidentiality*) – dotyczy ochrony informacji przed nieuzasadnionym ujawnieniem i użyciem,
- **integralność** (*integrity*) – dotyczy dokładności i kompletności informacji oraz jej poprawności w odniesieniu do oczekiwań,
- **dostępność** (*availability*) – sprawia, że informacja jest dostępna dla określonego procesu, uwzględniając również aspekt czasowy (teraz i w przyszłości). Dotyczy również ochrony koniecznych zasobów i przypisanych im cech i funkcji,
- **zgodność** (*compliance*) – uwzględnia wymagania narzucone na organizację przez podmioty zewnętrzne, prawo, rozporządzenia, umowy oraz określone wymagania i polityki wewnętrzne,

⁸ Termin *fake news* to neologizm w języku angielskim dosłownie znaczący fałszywe wiadomości. Odnosi się on do informacji, które nie mają pokrycia w rzeczywistości, jednak mimo to są przedstawiane jako prawdziwe w wiadomościach bądź portalach społecznościowych. *Fake news – podstawy* <https://publicrelations.pl/fake-news-podstawy/>.

- **wiarygodność** (*reliability*) – ma na celu zapewnienie odpowiedniej informacji odbiorcy po to, aby ten mógł prawidłowo ją wykorzystać⁹.

Stopień spełniania wymienionych kryteriów stanowi przesłankę do oceny wartości pozyskanych informacji. Szczególną uwagę należy przy tym zwrócić na wiarygodność, bo należy się zawsze liczyć z możliwością fałszywej albo spreparowanej, tendencyjnej informacji.

Aby dokonać właściwej oceny wartości informacji zdaniem W. Filipkowskiego należy zwrócić uwagę na następujące przesłanki:

- czas ukazania się informacji, formę jej podania, następstwo w czasie, okoliczności ukazania się,
- miejsce ukazania się informacji, odległość od miejsca zdarzenia, kontekst geopolityczny i kulturowy,
- publikator – jego dotychczasową działalność, stroniczość, prawdziwość/rzetelność informacji.
- w przypadku autora – dotychczasową działalność, sympatie polityczne, prawdziwość/rzetelność informacji,
- źródło informacji, na które powołuje się autor, oficjalne/nieoficjalne, dotychczasową wiarygodność jego publikacji,
- treść informacji, używane pojęcia, terminy, zwroty, regionalizmy, sposób formułowania tez, kompletność tez, argumentację, weryfikowalność danych¹⁰.

Według W. Filipkowskiego otwarte źródła informacji należy podzielić w następujący sposób:

- **media tradycyjne** – to agencje prasowe, gazety i czasopisma (dzienniki, tygodniki, miesięczniki), książki, radio (krajowe i lokalne), przekazy telewizyjne (międzynarodowe, regionalne, narodowe i lokalne). Oprócz podawania samych faktów

⁹ M. Grabowski, A. Zajac, *Dane, informacja, wiedza – próba definicji*, publ. Katedry Informatyki Akademii Ekonomicznej w Krakowie, Zeszyty Naukowe 2009 nr 798, s. 99-116.

¹⁰ W. Filipkowski, *Wybrane kwestie związane z tzw. białym wywiadem*, prezentacja Wydziału Prawa Uniwersytetu w Białymstoku <https://www.slideshare.net/wofi/wybrane-kwestie-zwizane-z-tzw-biaym-wywiadem>.

(danych) źródło to zawiera publicystykę, analizy i śledztwa dziennikarskie, wywiady ze specjalistami lub decydentami politycznymi, czyli autorski komentarz do tych danych,

- **Internet (media elektroniczne)** – w tym przypadku źródłami otwartymi są m.in. portale agencji informacyjnych międzynarodowych i regionalnych czy krajowych, strony czasopism i gazet zawierające wiadomość, które często znajdują się w kolejnym wydaniu, blogi osób prywatnych i polityków (w tym rootblogi – blogi tematyczne, głównie technologiczne), powszechne i specjalistyczne fora dyskusyjne, portale społecznościowe i specjalistyczne, strony internetowe osób fizycznych, osób prawnych (państwowych i prywatnych) i organizacji pozarządowych,
- **usługi komercyjne** w zakresie dostarczania danych i informacji to branża, która w ostatnich latach bardzo szybko się rozwija. W chwili obecnej istnieją podmioty gospodarcze, które za wynagrodzeniem (lub w ramach abonamentu) przygotowują sprofilowane raporty dla swoich użytkowników, przeprowadzają analizy, zbierają literaturę itp. Dotyczy to czasami także dostępu do prowadzonych przez nie baz danych,
- **inne usługi w zakresie dostarczania danych i informacji** to zwykle usługi niekomercyjne. Niektóre organizacje, stowarzyszenia, instytuty naukowe lub agencje prasowe oferują dostęp do swoich serwisów i baz danych za darmo lub wymagają rejestracji,
- **literatura niszowa** (*grey literature*) są to opracowania dostępne, ale tylko poprzez jakieś wyspecjalizowane kanały, lokalne źródła lub kontakty osobiste. Do tej grupy należą dokumenty, opracowania i rejestry prowadzone przez organizacje państwowe, samorządowe i pozarządowe, materiały edukacyjne, wewnętrzne dokumenty podmiotów gospodarczych (raporty, wyniki audytu), dysertacje, ziny¹¹, ulotki, itp.,

¹¹ Zin, fanzin (skrót od ang. *fan magazine*) – rodzaj nieprofesjonalnego pisma tworzonego przez osobę bądź grupę osób – miłośników jakiegoś tematu, Wikipedia [https://pl.wikipedia.org/wiki/Zin_\(czasopismo\)](https://pl.wikipedia.org/wiki/Zin_(czasopismo)).

- **eksperci, naukowcy lub uczestnicy wydarzeń.** Informacje i osądy mogą zostać zebrane na podstawie rozmowy, wywiadu. Problemem jest jedynie ich znalezienie i wyłuskanie z całego społeczeństwa lub grupy osób,
- **warto wymienić również** komercyjne usługi w zakresie zdjęć lotniczych i satelitarnych, które mogą obecnie dostarczyć wiele bardzo szczegółowych informacji o obiektach i firmach¹².

Źródłem informacji mogą być krajowe i zagraniczne media (telewizja, radio, prasa), serwisy informacyjne, ogólnodostępne bazy danych, platformy handlowe, serwisy internetowe, portale społecznościowe, blogi i fora dyskusyjne, mapy elektroniczne i papierowe, biuletyny gospodarcze. Mogą to być także metadane¹³, pozwalające na zidentyfikowanie obiektu cyfrowego (np. zdjęcia, filmu).

¹² W. Filipkowski, dz. cyt.

¹³ Metadane to inaczej „dane o danych” lub też „informacja o informacji”. Są to określenia umożliwiające wyszukanie pożądanego informacji wraz z odpowiedzią, w jakiej relacji pozostaje ona do innych informacji. Opisując, więc zbiory danych przestrzennych powinny zawierać informację o rodzaju obiektów, ich położeniu, pochodzeniu a także dotyczące ich szczególności, standardów, praw własności i praw autorskich, cen jak również sposobach uzyskania dostępu do danych oraz warunkach użycia ich w określonym celu. Najczęstszym podawanym przykładem metadanych jest katalog biblioteczny. *Encyklopedia zarządzania*, <https://mfiles.pl/pl/index.php/Metadane>.

Rozdział 3.

Poszukiwanie informacji w Internecie

Aktualnie problemem stał się wzrost ilości generowanych danych i informacji w stosunku do możliwości ich analizowania – poszukiwania między nimi relacji, powiązań, hierarchii itp. Tymczasem dopiero analiza informacji, umieszczenie jej w szerszym kontekście, wartość dodana czy dodatkowe wyjaśnienia, przeistaczają ją w rzetelną wiedzę, pozwalają wyciągać wnioski, budować prognozy, wreszcie podejmować optymalne decyzje, tak by służyć różnym grupom w realizacji określonych celów. W procesie wyławiania, selekcji i analizy informacji uczestniczy wiele grup zawodowych – archiwiści, dziennikarze, naukowcy, ale nie do przecenienia jest w tym zakresie rola bibliotekarzy-infobrokerów, których działania szczególnie koncentrują się na doskonaleniu umiejętności, metod i narzędzi w tym zakresie¹⁴.

Marshall McLuhan, filozof, literaturoznawca i socjolog napisał o „globalnej wiosce”, która miała narodzić się wraz z kresem kultury druku i uformowaniem się kultury opartej na mediach elektronicznych i masowej komunikacji. Chociaż umiejętność czytania wciąż jest nam potrzebna, to opisując „globalną wioskę”, McLuhan trafnie – już w latach 60 – przewidział cechy komunikacji w Internecie. Dzisiaj termin globalna wioska jest najczęściej używany w formie metaforycznej do opisanego Internetu i World Wide Web. Internet globalizuje komunikację, pozwalając użytkownikom z całego świata komunikować się ze sobą¹⁵.

Zjawisko to doprowadziło w konsekwencji również do zmiany stereotypu klasycznego wywiadowcy. Nie jest to już opalony James Bond z Waltherem PPK w dłoni, ale błądy okularnik z laptopem pod pachą. Podobnie stwierdził generał Samuel Vaughan

¹⁴ M. Stąporek, *Bibliotekarz – pracownik służb śledczych CIA*, Biuletyn EBIB, *Czy w bibliotece można się nudzić?* nr 2 (164)7 2016, <http://ebibojs.pl/index.php/ebib/issue/view/25>.

¹⁵ B. Chaciński, *Marshall McLuhan dziś* <https://www.polityka.pl/tygodnikpolityka/kultura/1517802,1,marshall-mcluhan-dzis.read>.

Wilson – były dyrektor Defense Intelligence Agency (USA) mówiąc, że: „dziewięćdziesiąt procent informacji wywiadowczych pochodzi z otwartych źródeł. Pozostałe dziesięć, które uzyskuje się w sposób bardziej widowiskowy, z utajnionych. Prawdziwym bohaterem pracy wywiadowczej jest Sherlock Holmes, a nie James Bond”¹⁶.

W tym kontekście pojawia się pojęcie infobrokera. Infobroker to osoba zajmująca się poszukiwaniem różnego rodzaju informacji i analizą zebranych danych. „Broker informacji jest specjalistą pośredniczącym w udzielaniu wszelkiego rodzaju informacji. Zadaniem infobrokera jest wypreparowanie, wyłuskanie pewnego podzbioru informacji, określonego przez zlecony temat. Informacja przez niego dostarczona musi być nie tylko relewantna, powinna również być akredytowana, gwarantowana”¹⁷.

Pojęcie „infobrokeringu” wywodzi się z marketingu i jest często utożsamiane z białym wywiadem: „to pozyskiwanie informacji wyłącznie z ogólnodostępnych źródeł. Do wykorzystywanych źródeł zaliczane są środki masowego przekazu, ale także ogólnie dostępne rejestry, wymagane prawem i udostępniane przez przedsiębiorstwa czy urzędy dokumenty, ogłoszenia i postanowienia sądowe, wydawnictwa marketingowe oraz analizy produktów. Zadaniem infobrokera jest dotarcie do możliwie wszystkich źródeł informacji, uporządkowanie danych, usystematyzowanie ich według określonego klucza, porównanie i zestawienie w obiektywny sposób”¹⁸.

Bardzo zbliżonym zakresem działania do infobrokera charakteryzuje się researcher, który również zajmuje się poszukiwaniem informacji. Przykładowo pomocny może on być w pracy dziennikarzy, reportażyistów itd. Taka osoba przeczesuje archiwa, dostępne źródła i szuka wszystkiego, co można tylko znaleźć na dany temat. Oczywiście sprawdza też wiarygodność źródeł i filtruje te informacje. Zdarza się, że osoby na tym

¹⁶ K. Tylutki, *Informacja masowego rażenia – OSINT w działalności wywiadowczej*, Przegląd Bezpieczeństwa Wewnętrznego 19/18, s. 175.

¹⁷ E. Nowak, *Broker informacji – odpowiedź na zapotrzebowanie XXI wieku*, Zagadnienia Informatyki Naukowej nr 1 (87), s. 53.

¹⁸ S. Cisek, *Wywiad biznesowy / biały wywiad / OSINT/wywiad jawnoźródłowy*, <http://sabinacisek.blogspot.com/2015/12/ciecierski-marek-2009.html>.

stanowisku pracują w archiwum i w razie potrzeb wyszukują wszelkich dostępnych dokumentów w zakresie, o jaki są proszeni¹⁹.

Oprócz standardowego zakresu informacji, zapytanie skierowane do Google, odpowiednio sformułowane, pozwala również na wyszukiwanie stron usuniętych i archiwalnych, odtwarzanie struktury witryny internetowej lub struktury sieci wewnętrznej, dostęp do parametrów konfiguracyjnych serwerów, pozyskiwanie informacji celowo zabezpieczonych przed dostępem do nich (ang. *paywall* – „hasła”), pozyskanie nazw użytkowników i haseł, ich numerów identyfikacyjnych (np. numerów kart płatniczych, numerów PESEL) oraz dostęp do parametrów konfiguracyjnych urządzeń (serwerów, kamer, routerów i innych) w celu przejęcia nad nimi kontroli. Te działania określa się w literaturze przedmiotu jako Google Hacking (GH), Google Dorks (GD) lub (rzadziej) – Google Scanning (GS) bądź Engine Hacking (EH)²⁰.

3.1. Kryteria oceny strony internetowej

Bazując na dostępnej literaturze można wyróżnić trzy podstawowe metody służące do uzyskiwania opinii o jakości i użyteczności serwisu. Według Pawła Ziemy i Mateusza Piwowarskiego są to metody:

- oceny eksperckiej – która polega na uzyskiwaniu ocen od grupy bądź pojedynczego eksperta badającego serwis,
- analizy śladów użytkowników – badane jest tutaj zachowanie użytkownika podczas pracy z witryną internetową,
- przeprowadzania wywiadów i ankiet – to najpopularniejsza metoda stosowana do oceny ogólnej, jakości serwisów internetowych. Wywiady przeprowadzane z użytkownikiem pozwalają uzyskać jego opinię na temat witryny i jej wybranych

¹⁹ S. Cisek, *Proszę zwrócić uwagę na nie do końca ustaloną terminologię*, Instytut Informacji Naukowej i Bibliotekoznawstwa WZiKS UJ <https://www.slideshare.net/sabinacisek/infobrokering-osint-wywiad-gospodarczy>.

²⁰ D. Mider, J. Garlicki, W. Mincewicz, *Pozyskiwanie informacji z Internetu metodą Google Hacking – białe, szare czy czarne wywiady?* Przegląd Bezpieczeństwa Wewnętrznego 20/19 <https://www.google.com/search?client=opera&q=D.+Mider+Jan+Garlicki+Wojciech+Mincewicz+Pozyskiwanie+informacji&sourceid=opera&ie=UTF-8&oe=UTF-8>.

kryteriów, jakości. Metoda ankietowa pozwala w prostszy sposób otrzymać oceny poszczególnych kryteriów jakościowych, ze względu na przejrzystość struktury ankiety i możliwość wcześniejszego zaplanowania jej elementów. Jej wadą jest trudność z ustaleniem prawidłowego (reprezentatywnego) panelu respondentów²¹. W oparciu o dostępną literaturę tematu poniżej przedstawiono przykładowe kryteria oceny stron internetowych.

1. Kto prowadzi witrynę?
 - a. Jaki to jest rodzaj wykorzystywanej domeny (np.:mil,.gov,.com,.edu)?
 - b. Czy zawartość tematycznie odpowiada domenie?
 - c. Czy jest to strona osobista/prywatna?
 - d. Kto jest autorem/redaktorem? Czy jest cytowany przez innych?
 - e. Kto jest autorem szaty graficznej strony?
 - f. Kto jest właścicielem wykorzystywanego serwera?
 - g. Czy te dane są porównywalne/niesprzeczne/dopełniające?
 - h. Co inni piszą o autorze, stronie internetowej, hoście²²?
2. Jakie treści zawiera witryna?
 - a. Czy materiał, który jest publikowany może być wiarygodny?
 - b. Czy zawiera źródło cytowania danych/informacji? Linki? Daty?
 - c. Czy zawartość strony zmieniała się w czasie?
 - d. Kto dokonywał zmian w treści lub usuwał materiały?
 - e. Kto ma uprawnienia do redagowania treści?
3. Gdzie fizycznie się znajduje serwer?
 - a. Skąd pochodziła informacja?

²¹ P. Ziemia, M. Piwowarski, *Metody oceny jakości portali internetowych*, Polskie Stowarzyszenie Zarządzania Wiedzą, Seria: Studia i Materiały, nr 27, 2010, http://www.pszw.edu.pl/images/publikacje/t027_pszw_2010_ziemia_piwowarski_-_metody_oceny_jakosci_portali_internetowych.pdf.

²² Host to jest urządzenie (komputer, karta sieciowa, modem) bezpośrednio podłączone do Internetu, dzięki czemu ma możliwość świadczenia usług internetowych innym użytkownikom. Maszyna ta posiada własną domenę internetową oraz adres IP. Oprócz świadczenia usług internetowych host umożliwia również wymianę danych między urządzeniami, <https://www.hosting.co.pl/host>.

- b. Jaki jest kraj wg domeny (np.:.at,.be,.bg,.pl)?
 - c. Czy serwer jest w tym samym kraju, gdzie mieszka autor informacji? Dlaczego nie pochodzi z kraju autora?
4. Aktualność informacji w witrynie?
- a. Kiedy strona została umieszczona w sieci?
 - b. Jak bardzo aktualne są wiadomości zawarte na stronie?
 - c. Czy i jak często informacje były aktualizowane?
5. Jaki jest cel funkcjonowania witryny?
- a. Cel główny i poboczne?
 - b. Dlaczego strona została umieszczona w sieci?
 - c. W jaki sposób jest ona sponsorowana? Kto ją sponsoruje?

Uzyskując odpowiedź na powyższe pytania, jesteśmy w stanie dokonać wstępnej weryfikacji wiarygodności witryny.

Rozdział 4.

Gromadzenie informacji w sieci

Zbieranie i gromadzenie informacji w sieci obejmuje wiele zagadnień, poniżej przedstawione zostały podstawowe pojęcia związane z tą problematyką.

- **Traceroute²³, narzędzia WHOIS.** Narzędzie WHOIS Lookup pozwala na sprawdzanie adresu IP lub domeny w celu uzyskania informacji WHOIS. WHOIS pokazuje kto jest właścicielem i kto jest odpowiedzialny za wsparcie techniczne dla danej domeny lub adresu IP. WHOIS podaje adres e-mail, numer telefonu i adres fizyczny właścicieli i administratorów. To narzędzie jest powszechnie stosowane do informowania stron odpowiedzialnych o problemach z ich domeną, spamie pochodzącym z domeny lub kradzieży danych pochodzących z danego IP. Każdy klient może sprawdzić przedsiębiorstwo w bazie WHOIS. Baza ta pozwala na sprawdzenie, kto jest abonentem danej domeny. Dla domen polskich zarejestrowanych przez osoby prywatne dane są ukryte. We WHOIS można natomiast sprawdzić, gdzie domena jest zarejestrowana i na jakich serwerach DNS działa. Znajduje się tam także data ostatniej modyfikacji technicznej²⁴.
- **Techniki składowania informacji.** Wykonywanie tej funkcji jest możliwe dzięki dwu operacjom: katalogowaniu – ściśle jest ono związane z klasyfikowaniem już zakodowanych informacji oraz tworzeniu baz danych, poprzez odpowiednie i systematyczne grupowanie informacji w przedsiębiorstwie i tworzenie swego rodzaju wspólnego zasobu wiedzy, możliwej do wykorzystania przez każdego pracownika – użytkownika, który jej w danym momencie potrzebuje do prawidłowego wykonywania swych zadań i podejmowania decyzji. Informacje mogą

²³ Polecenie *tracert* (*traceroute*) to narzędzie służące do śledzenia trasy przepływu pakietów IP w sieciach.

²⁴ Por.: *Co to jest wyszukiwanie WHOIS? What is a WHOIS lookup?* <https://uniregistry.help/domains-en/what-is-a-whois-lookup/>.

być przechowywane i gromadzone w komputerowych bazach danych – są to najczęściej dane cyfrowe przechowywane na dyskach twardych oraz archiwach i katalogach²⁵.

- **Użycie przeglądarki, wyszukiwanie języka obcego i tłumaczenie.** Najczęściej używane do wyszukiwania danych i stron internetowych przeglądarki to Google Chrome, Internet Explorer, Mozilla Firefox, Safari czy Opera. Pozwalają one na wyszukiwanie haseł zarówno w języku użytkownika jak i w dowolnym innym języku. W sieci dostępne są również narzędzia do tłumaczenia stron i materiałów, przy czym tłumaczenia te należy jeszcze traktować z dużą ostrożnością²⁶.
- **Wyszukiwanie ukrytych i usuniętych stron, profili i blogów.** Historia przeglądarki jest przechowywana tak jak wszystko inne na komputerze, jako plik (lub zbiór plików). Usunięcie historii przeglądarki powoduje jedynie usunięcie tych plików z dysku twardego. Warto pamiętać, że cała historia przeglądania Internetu jest przechowywana gdzieś, czy to tymczasowo, czy na stałe, a także przez dostawcę usług internetowych, rząd lub kogokolwiek, kto zdecyduje się na buforowanie listy przeglądanych stron. Zazwyczaj nakaz uzyskania takich informacji będzie wymagany, aby uzyskać od dostawcy usług internetowych podanie szczegółów. Istnieje specjalne oprogramowanie, które na podstawie pewnych informacji potrafią wyszukać w sieci informacje na temat dowolnych użytkowników, nawet tych ukrytych. Istnienie sieci TOR, która teoretycznie zapobiega analizie ruchu sieciowego i w konsekwencji zapewnia użytkownikom prawie anonimowy dostęp do zasobów Internetu, oznacza jedynie, że zapewnia ona anonimowość przed zwykłym oprogramowaniem. Jest prawie pewne,

²⁵ Por.: *Metody gromadzenia i przetwarzania danych*, https://zasoby1.open.agh.edu.pl/dydaktyka/ergonomia/a_ergonom/AGH_pliki/rozd-2.htm.

²⁶ Testy przeglądarek internetowych 2020 <https://www.speedtest.pl/wiadomosci/rankingi/testy-przegladarek-internetowych-2020/>.

że wywiady poszczególnych państw również monitorują TOR, jednak uzyskane informacje pilnie ukrywają²⁷.

Policje i służby wywiadowcze wszystkich krajów gromadzą oczywiście wszelkie istotne dla ich zadań informacje i zwykle przepisy prawa określają kompetencje służb w tym zakresie. W Polsce tego typu kompetencji dotyczy np. artykuł 14 ust. 4. Ustawy o Policji, który głosi, że Policja: „w celu realizacji ustawowych zadań może korzystać z danych o osobie, w tym również w formie zapisu elektronicznego, uzyskanych przez inne organy, służby i instytucje państwowe w wyniku wykonywania czynności operacyjno-rozpoznawczych oraz przetwarzać je w rozumieniu ustawy z dnia 14 grudnia 2018 r. o ochronie danych osobowych przetwarzanych w związku z zapobieganiem i zwalczaniem przestępczości, bez wiedzy i zgody osoby, której dane te dotyczą”²⁸.

Administrator bazy danych jest obowiązany udostępnić dane osobowe policjantowi wskazanemu w imiennym upoważnieniu Komendanta Głównego Policji, Komendanta CBŚP, Komendanta BSWP, komendantów wojewódzkich Policji lub uprawnionego policjanta, po okazaniu tego upoważnienia oraz legitymacji służbowej. Fakt udostępnienia tych danych podlega ochronie na podstawie ustawy z dnia 5 sierpnia 2010 r. o ochronie informacji niejawnych. Policja może, w zakresie koniecznym do wykonywania jej ustawowych zadań, korzystać z informacji kryminalnej zgromadzonej w Krajowym Centrum Informacji Kryminalnych.

Zestawienie wybranych podmiotów prawnie uprawnionych do dostępu do danych osobowych przedstawiono poniżej:

²⁷ K. Kucharski, *Narzędzia anonimizujące działania w Internecie*, <https://www.abw.gov.pl/pl/pbw/publikacje/przeglad-bezpieczenstwa-4/1213,Przeglad-Bezpieczenstwa-Wewnetrznego-WYDANIE-SPECJALNE.html> – Przypomina to fakt ukrywania przez aliantów w trakcie II w.ś. faktu złamania kodów maszyny szyfrującej Enigma. Anglicy dopuścili nawet do zbombardowania Coventry, bojąc się, że ostrzeżenie mieszkańców mogłoby ujawnić posiadane źródło informacji.

²⁸ Ustawa z 6 kwietnia 1990 r. o Policji.

Nazwa podmiotu	Podstawa prawna	Elementy wymagane przy udostępnieniu
Agencja Bezpieczeństwa Wewnętrznego Agencja Wywiadu	art. 34 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 24 maja 2002 r. o Agencji Bezpieczeństwa Wewnętrznego oraz Agencji Wywiadu	upoważnienie wydane przez Szefa ABW albo Szefa AW, – legitymacja służbowa
Centralne Biuro Antykorupcyjne	art. 14aa. ust. 4 pkt. 6 i 7 oraz art. 22a ustawy z dnia 9 czerwca 2006 o Centralnym Biurze Antykorupcyjnym	pisemny wniosek Szefa CBA lub osoby przez niego upoważnionej
Policja	art. 14 ustawa z dnia 6 kwietnia 1990 o Policji	imienne upoważnienie wydane przez: Komendanta Głównego Policji, Komendanta CBSP, Komendanta BSWP, komendanta wojewódzkiego Policji lub uprawnionego policjanta, legitymacja służbowa
Służba Kontrwywiadu Wojskowego Służba Wywiadu Wojskowego	art. 38 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 9 czerwca 2006 r. o Służbie Kontrwywiadu Wojskowego oraz Służbie Wywiadu Wojskowego	okazanie upoważnienia wydanego przez Szefa SKW albo Szefa SWW, – okazanie legitymacji służbowej
Straż Graniczna	art. 10a ustawy z dnia 12 października 1990 o Straży Granicznej	imienne upoważnienie Komendanta Głównego Straży Granicznej, Komendanta BSWSG, komendanta oddziału Straży Granicznej lub upoważnionego funkcjonariusza, legitymacja służbowa
Żandarmeria Wojskowa	art. 29 ustawy z dnia 24 sierpnia 2001 o Żandarmerii Wojskowej i wojskowych organach porządkowych	imienne upoważnienie wydane przez Komendanta Głównego Żandarmerii Wojskowej lub komendanta oddziału Żandarmerii Wojskowej, legitymacja służbowa

Źródło: Opracowanie własne na podstawie ISAP – Internetowy System Aktów Prawnych
<http://isap.sejm.gov.pl/isap.nsf/home.xsp>.

4.1. Identyfikacja użytkownika sieci

4.1.1. Nazwa użytkownika

Można załogować się do serwisów za pomocą swojej nazwy użytkownika zamiast całego adresu e-mail. Twoja nazwa użytkownika musi być unikalna i nie może zawierać znaków specjalnych oraz spacji. Czasami generowana jest automatycznie podczas tworzenia konta. Podczas próby utworzenia, zmiany nazwy lub przywrócenia konta użytkownika w konsoli administracyjnej może zostać wyświetlony komunikat o błędzie: „Podana nazwa użytkownika już istnieje”. Niestety ze względów bezpieczeństwa zmiana raz nadanej nazwy użytkownika (loginu) nie jest w wielu portalach możliwa. Jednorazowo można natomiast zmienić login, który nadawany jest automatycznie nowym użytkownikom. Login, który wybieramy do danego portalu, nie może być identyczny z nazwą użytkownika przypisaną do innego konta, nawet jeśli jest ono od dłuższego czasu nieużywane²⁹.

Użytkownikiem konta wraz z jego nazwą jest osoba (bądź firma), która je zarejestrowała. Warto jednak pamiętać, że często po charakterystycznym loginie możemy odszukać miejsca, które dana osoba odwiedza w sieci, a przez to poznać jej zainteresowania lub nawet informacje o charakterze kontaktów zawodowych czy politycznych. Zwłaszcza dodawanie komentarzy w dyskusjach, gdzie podpisujemy się loginem może ujawnić wiele informacji o naszych zainteresowaniach i poglądach³⁰.

4.1.2. E-mail

Warto wprowadzić różne adresy mailowe: jeden przeznaczony do spraw zawodowych, jeden tylko dla najbliższych i znajomych, kolejny, którym będziemy posługiwać się przy rejestracji rozmaitych, mniej ważnych serwisów internetowych i jeszcze jeden, który będziemy podawać do przesyłania oferty handlowej.

²⁹ Por. *Bezpieczne logowanie do serwisu*, https://www.psat.pl/tfibernparibas/dokumenty/fortis/info/Zasady_bezpiecznego_logowania.pdf.

³⁰ Por.: *Konta użytkowników*, <http://www.soisk-me.pl/klasa-ii-windows/konta-uzytkownikow>.

Biznesowe maile wysyłane z darmowych kont e-mail nie wzbudzają zaufania. Dlatego szczególnie w przypadku małych firm ważne jest korzystanie z profesjonalnego adresu e-mail. Pomoże on budować wiarygodność i stanie się wizytówką firmy.

Klient, który otrzyma korespondencję z adresu `biuro@nazwa_firmy.pl`, łatwo może domyślić się, że strona internetowa jest tożsama z adresem `www.nazwa_firmy.pl`. Łatwo zapamięta nie tylko adres e-mail, ale także utrwali nazwę przedsiębiorstwa. To dodatkowa forma reklamy. Podobnie jak publikowanie adresu e-mail na forach, w stopce pod każdym postem. Niekiedy regulamin zabrania podawania adresu www. W takiej sytuacji rozwiązaniem jest podanie adresu poczty. To pozwoli na kontakt z firmą i jej łatwą identyfikację w sieci. Trzeba jednak pamiętać, że ogłaszamy w ten sposób oficjalnie swoją obecność na forum, a nie zawsze pracodawca wyraża zgodę na ich odwiedzanie w czasie pracy lub nie chce, aby nazwa jego firmy była kojarzona z określonymi poglądami³¹.

4.1.3. Adres nazwy domen www

Domena to nazwa, która razem z przedrostkiem (www.) i końcówką (np.: .pl) tworzy adres internetowy. Przykładowy adres internetowy to `www.mojastrona.pl`, gdzie domeną jest człon „mojastrona.pl”.

Nazwa domenowa to czytelne hasło, które kojarzymy z daną firmą, działalnością etc. Maszyny internetowe (serwery) rozumieją adresy jedynie w formie numerycznej (np.: 195.205.24.94), więc domeny używane są po to, by uczynić ten adres łatwiejszym do zrozumienia i zapamiętania. Przy okazji określają tożsamość firmy w Internecie, dlatego są tak cenne³².

³¹ Firmowy adres e-mail. Dlaczego jest tak ważny?, <https://blog.home.pl/2015/01/firmowy-adres-e-mail-dlaczego-jest-tak-wazny/>.

³² MediaNet, <http://kmm.pl/www.html>.

Na koniec I kwartału 2020 globalny rynek szacowano na 375 milionów zarządzanych domen, z udziałem 66% w przypadku gTLD³³ i 34% w przypadku ccTLD³⁴. Oznacza to również, że ich właściciele są najbardziej narażeni na przechwycenie ich danych, np. adresu zamieszkania czy e-maila. Można tego uniknąć włączając usługę „Ochrona prywatności”³⁵.

Dla posiadaczy domeny.net,.com czy.biz ich dane można łatwo pobrać z katalogu WHOIS pod adresem www.who.is lub www.whois.com. Ogólnodostępny adres e-mail naraża użytkownika na otrzymywanie spamu, a także wykorzystywanie danych przez nieupoważnionych użytkowników.

Narażamy się tym samym na kradzież tożsamości w Internecie. Jeśli budujemy swój wizerunek, prowadzimy firmę, ktoś może wykorzystać nasz adres e-mail do zapisania na niepożądaną listę mailingową lub jako tymczasowy adres do rejestracji w zagranicznym serwisie³⁶.

4.1.4. Adres IP

Adres IP (ang. *Internet Protocol*) jest to numer identyfikacyjny komputera lub serwera w sieci, który służy do prawidłowej komunikacji między urządzeniami. Adres ten jest zapisywany w formie czterech liczb oddzielonych kropkami np. 255.250.50.5. Początkowe liczby oznaczają adres sieci, natomiast końcowe liczby adres hosta, czyli upraszczając, komputera podłączonego do sieci³⁷.

Adres IP może być stały lub zmienny. Dynamiczne IP przypisywane jest do komputera każdorazowo po połączeniu z Internetem, co oznacza, że zwykle po 24 godzinach lub po ponownym połączeniu z siecią, komputer otrzymuje nowy adres IP. Stały

³³ gTLD (ang. *generic top-level domain*) – tą nazwą określa się domeny funkcjonalne, które łącznie z domenami krajowymi (ccTLD) należą do grupy domen najwyższego poziomu (TLD), <https://delante.pl/definicje/gtld/>.

³⁴ ccTLD – krajowa domena najwyższego poziomu (ang. *country code top-level domain*). To domena zarezerwowana dla państwa lub terytorium zależnego, zawsze składa się z dwóch liter np. „pl”, <https://delante.pl/definicje/gtld/>.

³⁵ CENTRstats Global TLD Report 2020/2, <https://centr.org/statistics-centr/quarterly-reports.html>.

³⁶ Co to jest domena?, <https://domeny.pl/pomoc/pytanie/co-to-jest-domena.html>.

³⁷ Co to jest adres IP, <https://futurehost.pl/co-to-jest-adres-ip>.

(statyczny) adres IP nie zmienia się nigdy, nawet po resecie urządzenia. Oprócz tego wyróżnia się IP prywatne i publiczne. Posiadając publiczny adres IP komputer łączy się bezpośrednio z zasobami sieci i jest w niej całkowicie widoczny. Adres taki pozwala na nawiązywanie dwustronnych połączeń bez ograniczeń, czyli także udostępniania swoich zasobów. Prywatny adres IP sprawia, że z posiadającym go komputerem nie mogą się łączyć inni użytkownicy sieci, co zapewnia większą anonimowość i bezpieczeństwo, ale także ogranicza dostęp do niektórych serwisów i usług internetowych³⁸.

4.2. Zdjęcia i materiały wideo

Tak powszechne umieszczanie w sieci przez użytkowników wspomnianych wyżej materiałów prowadzi do udostępniania wielu dodatkowych informacji. Może to być lokalizacja zdjęcia lub filmu, data jego utworzenia czy miejsce jego opublikowania. Często autorzy nawet nie zdają sobie sprawy z tego, jakie obiekty lub osoby znajdują się na ich materiałach. Wiele organizacji wywiadowczych wykorzystuje informacje zawarte w materiałach turystów i przypadkowych obserwatorów.

Warto wspomnieć, że wiele obiektów i wykopalisk o charakterze historycznym wykrytych zostało na zdjęciach lotniczych lub satelitarnych. Dotyczyło to również na przykład wykrywania śladów zbrodni wojennych w byłej Jugosławii.

Również zdjęcia satelitarne pozwalają wykrywać i monitorować program zbrojeń nuklearnych w Korei Północnej.

W Polsce (i nie tylko oczywiście) mamy do czynienia z rozpoznaniem lotniczym na przykład w monitorowaniu upraw czy zanieczyszczeń środowiska.

4.3. Social Networks

Zamiast kategoryzować sieci zgodnie ze specyficznymi zainteresowaniami użytkowników lub przenosić funkcje technologii, możemy grupować sieci w 10 ogólnych kategoriach, które koncentrują się na tym, co ludzie chcą osiągnąć, korzystając z nich.

³⁸ *Biuro Obsługi Klienta*, <https://futurehost.pl/co-to-jest-adres-ip>.

Poniżej przykładowa lista 10 rodzajów mediów społecznościowych i ich zastosowania według klasyfikacji C. Foremana³⁹:

Sieci społecznościowe

Przykłady: **Facebook, Twitter, LinkedIn**

- Dlaczego ludzie korzystają z tych sieci? Aby łączyć się z ludźmi (i markami) online.
- Jakie korzyści mogą przynieść firmie? Badanie rynku, świadomość marki, generowanie potencjalnych klientów, budowanie relacji, obsługa klienta. lista jest prawie nieograniczona.

Sieci społecznościowe, czasami nazywane „sieciami relacji”, pomagają ludziom i organizacjom łączyć się online w celu wymiany informacji i pomysłów⁴⁰.

Portale społecznościowe są nieodpłatne dla użytkownika, bo nie musi on płacić pieniędzmi za korzystanie z niego. Jeśli korzystamy z jakiegoś portalu typu „social media”, za dostęp do tych „darmowych” portali płacimy swoimi danymi⁴¹.

Największy portal społecznościowy Facebook śledzi poczynania użytkowników w Internecie i je przetwarza, aby potem sprzedawać te dane innym firmom do celów statystycznych, ale również, aby prezentować personalizowane reklamy, które szybciej skłonią użytkownika do zakupu produktów, których potrzebuje lub nie. Niewykluczone, że Facebook wie więcej o nas, niż my sami. Służby państwowe (np. Policja, urzędy kontroli skarbowej) również chętnie korzystają z tych danych do celów operacyjnych⁴².

Sieci udostępniania multimediów

Przykłady: **Instagram, Snapchat, YouTube**

³⁹ C. Foreman, *10 Types of Social Media and How They Benefit Your Business*, <https://blog.hootsuite.com/types-of-social-media/>.

⁴⁰ Tamże.

⁴¹ J. Tyłutki, *Sieci społecznościowe a ochrona danych osobowych*, <https://technologiewdomu.pl/sieci-spolesnosciowe-a-ochrona-danych-osobowych/>.

⁴² Tamże.

- Dlaczego ludzie korzystają z tych sieci? Aby znajdować i udostępniać zdjęcia, wideo, wideo na żywo inne media online.
- Jakie korzyści mogą przynieść firmie? Podobnie jak główne sieci relacji, witryny te są nieocenione ze względu na świadomość marki, generowanie potencjalnych klientów, zaangażowanie odbiorców i większość innych celów marketingu społecznościowego⁴³.

Sieci udostępniania multimediiów dają ludziom i markom miejsce do wyszukiwania i udostępniania multimediiów online, w tym zdjęć, filmów i przekazów na żywo.

Granice między sieciami udostępniania mediów i sieciami społecznościowymi zacierają się w dzisiejszych czasach, gdy sieci relacji społecznościowych, takie jak Facebook i Twitter, dodają wideo na żywo, rzeczywistość rozszerzoną i inne usługi multimedialne do swoich platform. Tym, co wyróżnia sieci udostępniania multimediiów, jest to, że dzielenie się mediami jest ich głównym celem⁴⁴.

Podczas gdy większość postów w sieciach relacji zawiera tekst, posty w sieciach takich jak Instagram i Snapchat zaczynają się obrazem lub filmem, do którego użytkownicy mogą zdecydować się na dodanie treści takich jak podpisy, wzmianki o innych użytkownikach lub filtry⁴⁵.

Fora dyskusyjne

Przykłady: **Reddit, Quora, Digg**

- Dlaczego ludzie korzystają z tych sieci? Do wyszukiwania, dyskusji i udostępniania wiadomości, informacji i opinii.
- Jakie korzyści mogą przynieść firmie? Sieci te mogą stanowić doskonałe zasoby do badań rynkowych. Zrobione dobrze, możesz także reklamować się na nich, ale musisz zachować ostrożność, aby oddzielić reklamy i posty.

⁴³ C. Foreman, dz. cyt.

⁴⁴ Por.: S. Skowron, R. Skrzetuski, *Media społecznościowe jako narzędzie komunikacji firmy z klientem*, Handel Wewnętrzny, Warszawa 2015, s. 162-165.

⁴⁵ Na podstawie C. Foreman, dz. cyt.

Fora dyskusyjne są jednym z najstarszych rodzajów mediów społecznościowych. Obserwując szeroki zasięg i ogromną liczbę użytkowników na forach takich jak Reddit, Quora i Digg, zobaczymy, że publiczne pragnienie zbiorowej wiedzy i mądrości pozostaje nie do zaspokojenia⁴⁶.

Sieci zakładek i gromadzenia treści (*content curation*)⁴⁷

Przykłady: **Pinterest, Flipboard**

- Dlaczego ludzie korzystają z tych sieci? Do odkrywania, zapisywania, udostępniania i omawiania nowych i popularnych treści i mediów.
- Jakie korzyści mogą przynieść firmie? Sieci te mogą być bardzo skuteczne w zwiększaniu świadomości marki, zaangażowania klientów i ruchu w witrynie.

Sieci zakładek i gromadzenia treści pomagają ludziom odkrywać, zapisywać, udostępniać i omawiać nowe i popularne treści i media⁴⁸.

Sieci zakładek, takie jak Pinterest, pomagają ludziom poznawać treści wizualne. Pierwszym łatwym krokiem do rozpoczęcia korzystania z Pinteresta jest uczynienie strony internetowej przyjazną dla zakładek. Wymaga to optymalizacji nagłówków i obrazów na blogu i/lub stronie internetowej pod kątem kanałów, których te sieci używają do uzyskiwania dostępu⁴⁹.

Sieci przeglądów konsumenckich

Przykłady: **Yelp, Zomato, TripAdvisor**

- Dlaczego ludzie korzystają z tych sieci? Do wyszukiwania, przeglądania i udostępniania informacji o markach, produktach i usługach, a także o restauracjach, miejscach podróży itp.

⁴⁶ Tamże.

⁴⁷ Zbieranie treści, klasyfikowanie treści, gromadzenie treści. Content curation polega na tworzeniu wpisów zawierających określoną ilość stron, usług lub porad i zamieszczaniu ich w formie zestawienia.

⁴⁸ C. Foreman, dz. cyt.

⁴⁹ Tamże.

- W jaki sposób mogą przynieść korzyści firmie? Pozytywne recenzje dostarczają dowodów społecznych na jej oczekiwania. Dobrze obsłużeni odbiorcy usług pozwalają rozwiązać problemy z niezadowolonymi klientami⁵⁰.

Reprezentanci pokolenia sieci bardzo sobie cenią możliwość personalizacji produktów, dopasowywania ich do indywidualnych upodobań i preferencji (np. wyposażanie w dodatkowe akcesoria, rozszerzanie o nowe opcje, funkcje, programy). Co więcej, sami chętnie tworzą treści w Internecie, nie chcą być tylko biernymi, bezrefleksyjnymi konsumentami i odbiorcami treści, które stworzyli inni.⁵¹

Mechanizmy więziotwórcze, dotyczące zbiorowości tradycyjnych, zostały w pewien sposób przeniesione do Internetu. Co ciekawe, w społecznościach internetowych nie jest konieczne występowanie faktycznej znajomości pomiędzy użytkownikami, aby skłonić ich do wymiany opinii. Recenzje konsumenckie mogą stanowić dla konsumentów cenne źródło informacji o produktach i usługach. Z punktu widzenia ekonomii i teorii popytu, wybór określonego koszyka towarów przez konsumenta zależy od jego dochodów (ograniczenia budżetowego), cen towarów i jego gustów. Gusta są tu przyjęte jako dane i nie są głębiej analizowane⁵².

Sieci blogowe i wydawnicze

Przykłady: **WordPress, Tumblr, Medium**

- Dlaczego ludzie korzystają z tych sieci? Aby publikować, odkrywać i komentować treści online.

⁵⁰ Tamże.

⁵¹ Tamże.

⁵² J. Małyżko, *Automatyczne przetwarzanie recenzji konsumenckich dla oceny użyteczności produktów i usług*, Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu, s. 27-30 http://www.wbc.poznan.pl/Content/354211/Malyzko_Jacek_rozprawa_doktorska.pdf.

- Jakie korzyści mogą przynieść firmie? *Content marketing*⁵³ może być bardzo skutecznym sposobem na kontakt z odbiorcami, budowanie marki oraz generowanie potencjalnych klientów i sprzedaży⁵⁴.

Obecnie blogowanie to nie tylko pisanie internetowego pamiętnika. To nie tylko odpowiadanie na komentarze użytkowników czy dzielenie się własnymi przeżyciami. To coś znacznie więcej niż sposób na utrzymanie mieszkających zagranicą znajomych na bieżąco z tym, co się u nas dzieje. Blog to jeden z kanałów, dzięki któremu możemy zbudować własną markę osobistą, zaprezentować się jako ekspert, pozyskać klientów i zbudować społeczność. A wszystko to dzięki pisaniu o swoim punkcie widzenia oraz dzieleniu się z czytelnikami własną wiedzą⁵⁵.

Sieci sklepów społecznościowych *Social Commerce*

Przykłady: **Polyvore, Etsy, Fancy**

- Dlaczego ludzie korzystają z tych sieci? Aby obserwować trendy, śledzić marki, dzielić się wspaniałymi znaleziskami i robić zakupy.
- Jakie korzyści mogą przynieść Twojej firmie? Marki mogą budować świadomość, zwiększać zaangażowanie i sprzedawać produkty za pośrednictwem nowych kanałów⁵⁶.

Sieci sklepów społecznościowych angażują e-commerce, dodając element społecznościowy. Sprzedaż prowadzą nie firmy będące właścicielami mediów społecznościowych, ale detaliczni sprzedawcy internetowi. Klienci mogą kupować produkty od sprzedawców detalicznych bez konieczności bezpośredniej interakcji z nimi (lub przy jej minimalnym poziomie).

Do najwybitniejszych przykładów funkcji *social commerce* należą m.in. piny „Shop the Look” na Pinterest, facebookowe „Kup teraz” czy też tzw. naklejki produktów

⁵³ Content marketing, czyli strategia, która polega na pozyskiwaniu klientów za pomocą publikacji przydatnych i bardzo atrakcyjnych treści, których celem jest zainteresowanie zarówno ogólnej, jak i ściśle określonej grupy odbiorców.

⁵⁴ C. Foreman, dz. cyt.

⁵⁵ E. Nowak, *Blogowanie: co to jest?*, <https://fabrykadygresji.pl/2020/09/24/ksiazki-o-blogowaniu/>.

⁵⁶ C. Foreman, dz. cyt.

na Instagramie. Instagram niedawno umożliwił również swoim użytkownikom finalizowanie transakcji bezpośrednio na platformie (bez konieczności opuszczania aplikacji). I choć obecnie funkcja ta dostępna jest wyłącznie dla wybranych marek, istnieje spore prawdopodobieństwo, że w przyszłości stanie się ona powszechna⁵⁷.

Sieci oparte na zainteresowaniach

Przykłady: **Historycy.org**, **Histmag.org**, **NutaFM.pl**

- Dlaczego ludzie korzystają z tych sieci? Aby łączyć się z innymi w ramach wspólnego zainteresowania lub hobby.
- W jaki sposób mogą przynieść korzyści firmie? Jeśli istnieje sieć poświęcona tego rodzaju produktom lub usługom, które oferujemy, sieci te mogą być doskonałym miejscem do interakcji z odbiorcami i budowania świadomości marki.

Koncentracja wyłącznie na jednym obszarze zainteresowań pozwala sieciom zapewnić tematy i informacje dostosowane do konkretnych potrzeb i potrzeb ludzi i społeczności, które są nimi zainteresowane. Na przykład forum historycy.org gromadzi ludzi zainteresowanych historią, poczynając od starożytności do czasów współczesnych⁵⁸.

Sieci *Sharing economy*

Przykłady: **Coworking**, **Carpooling**, **Roomsharing**

- Dlaczego ludzie korzystają z tych sieci? Aby reklamować, znajdować, udostępniać, kupować, sprzedawać i handlować produktami i usługami między rówieśnikami.
- W jaki sposób mogą przynieść korzyści firmie? Jeśli zdarzy jej się oferować produkty lub usługi będące przedmiotem handlu tutaj, sieci te mogą być kolejnym kanałem wprowadzania działalności⁵⁹.

⁵⁷ Paweł, *Social commerce: co to jest oraz jak wykorzystać je w swoim biznesie*, Conversion blog <https://www.conversion.pl/blog/social-commerce/#definicja-sc>.

⁵⁸ Na podstawie C. Foreman, dz. cyt.

⁵⁹ Tamże.

Sharing economy w jednym zdaniu to model gospodarczy oparty na dzieleniu się nieużywanymi lub nie w pełni wykorzystanymi zasobami i usługami – za opłatą lub za darmo. Można by tutaj dodać, że zarówno przez osoby prywatne, jak i podmioty biznesowe, o czym więcej poniżej. *Sharing economy* to nie zawsze dobroczynność – liczy się również zysk. Bez wątplenia altruizm i chęć pomocy innym ma znaczenie w rozwoju tego trendu, jednak to potrzeba oszczędności skonfrontowana z chęcią zarobku są jej motorem napędowym. Gospodarka współdzielenia to nic innego jak zespół transakcji zachodzących w realiach gospodarki rynkowej, w których zysk odgrywa ważną rolę⁶⁰.

Anonimowe sieci społecznościowe

Przykłady: **Whisper, Ask.fm, After School**

- Dlaczego ludzie korzystają z tych sieci? W celu plotkowania, wentylacji, szpiegowania, a czasem zastraszania.

Strony te umożliwiają użytkownikom anonimowe publikowanie treści. Na przykład aplikacja Whisper pozwala użytkownikom anonimowo dzielić się sekretami i wstydlivymi przemyśleniami. Ludzie wybierają fotografie i wpisują na nich jakiś swój sekret albo skrywaną przed światem myśl. Sesja otwartości odbywa się na zasadach anonimowości. Wystukany na klawiaturze szept trafia na tablicę dostępną dla innych. Aplikacja jest zsynchronizowana z popularnymi portalami społecznościowymi, wpisy mogą rozprzestrzeniać się metodą wirusową po sieci⁶¹.

Jednak wykazano, że sieci tego typu zapewniają forum bez konsekwencji dla zjawiska cybernękania i zostały powiązane z samobójstwami nastolatków⁶².

⁶⁰ B. Malinowski, *Czym naprawdę jest sharing economy?*, <https://wethecrowd.pl/czym-jest-sharing-economy/>.

⁶¹ Ł. Ostruszka, *Whisper – serwis, który pokona Facebooka i Twittera?*, <https://www.polityka.pl/tygodnikpolityka/ludzieistyle/1588751,1,whisper—serwis-ktory-pokona-facebook-a-i-twittera.read>.

⁶² Na podstawie C. Foreman, dz. cyt.

Rozdział 5.

Wyszukiwarki internetowe

Wyszukiwarka (wyszukiwarka internetowa, *Search Engine*) – program lub strona internetowa przeznaczona do wyszukiwania przez użytkownika Internetu informacji dostępnych w jego zasobach.

Wyszukiwarka internetowa automatycznie gromadzi i porządkuje wszystkie dostępne w Internecie informacje, udostępniając je użytkownikom po wpisaniu przez nich zapytania w okno wyszukiwarki. *Search Engine* sprawia, że użytkownik może uzyskać dostęp do interesujących go danych, nie znając adresu URL strony, na której się one znajdują⁶³.

Ranking najpopularniejszych wyszukiwarek w Polsce (wg gs.statcounter.com – styczeń 2020 najpopularniejsze wyszukiwarki w Polsce wg silnika⁶⁴):

- Google – 93,37%
- Bing – 3,61%
- Yahoo – 1,75%
- DuckDuckGo – 0,29%
- Interia Katalog – 0,14%
- Yandex RU – 0,09%.⁶⁵

⁶³ *Definicja pojęcia – Wyszukiwarka*, https://kompan.pl/co-to-jest/wyszukiwarka/?tx_cookies_main%5Baction%5D=cookie&cHash=1dfae597275dc4fbcebbc875beac4387.

⁶⁴ Silnik przeglądarki internetowej (ang. *layout engine lub rendering engine*) – silnik wyświetlania (tzw. renderowania) stron internetowych wykorzystywany głównie przez przeglądarki internetowe. Jest oprogramowaniem odpowiadającym za przetwarzanie zawartości stron internetowych (kod HTML, XHTML, grafika, skrypty) oraz ich elementów formatujących (arkusze CSS i XSL), a następnie renderowanie rezultatu, https://pl.wikipedia.org/wiki/Silnik_przegl%C4%8Adarki_internetowej.

⁶⁵ J. Bagrij, *Wyszukiwarka Google nadal bezkonkurencyjna*, <https://www.artefakt.pl/blog/seo/wyszukiwarka-google-nadal-bezkonkurencyjna-2020>.

Wyszukiwarki, które przeszukują strony i media społecznościowe pod kątem danych osobowych działają głównie w Stanach Zjednoczonych, ale na polskim rynku jest ich niewiele. Do najbardziej popularnych wyszukiwarek można zaliczyć:

- **123people** – po wpisaniu imienia i nazwiska danej osoby przeszukuje ponad 200 źródeł zarówno międzynarodowych, np. Facebook, LinkedIn czy Twitter, jak również regionalnych i lokalnych (m.in. Goldenline i Blip). 123people to największa na świecie wyszukiwarka osób, która działa w czasie rzeczywistym i bazuje na autorskim algorytmie pozwalającym użytkownikom na wyszukiwanie informacji o znajomych, partnerach biznesowych czy osobach publicznych. Rezultaty wyszukiwania są pogrupowane w sekcje zawierające obrazy, numery telefonów, adresy e-mail, filmy wideo, profile w serwisach społecznościowych, artykuły prasowe, dokumenty, notki w Wikipedii itp. 123people przedstawia użytkownikowi oryginalne źródło informacji. Dlatego pozwala znaleźć miejsce, w którym można bezpośrednio zmienić wyświetlone informacje⁶⁶.
- **Yasni Polska** – strona, która generuje dane, takie jak: zdjęcia, profile w portalach społecznościowych, kontakty w branży, zainteresowania, publikacje. Oferuje możliwość monitorowania w postaci dostarczania nowych informacji o monitorowanej osobie bezpośrednio na maila⁶⁷.
- **Pipl** – serwis pozwala, po wpisaniu danych osobowych, na preselekcję osób lub przeglądanie wszystkich wyników. Rezultaty uszeregowane są w grupy: kariera, edukacja, nazwy użytkowników, miejsca, profile społecznościowe, media oraz inne. Wyniki wydają się uboższe niż w Yasni, jednak ich sposób przedstawienia jest dużo bardziej przejrzysty⁶⁸.

Do otwartych zasobów nauki można też docierać korzystając ze specjalistycznych wyszukiwarek naukowych. Nie wszystkie zasoby w nich rejestrowane będą należały

⁶⁶ J. Szczepaniak, *123people – największa wyszukiwarka osób na świecie – wystartowała w Polsce*, <https://gadzetomania.pl/20896,123people-najwieksza-wyszukiwarka-osob-na-swiecie-wystartowala-w-polsce>.

⁶⁷ *Pozyskiwanie informacji o ludziach metodą białego wywiadu*, <http://bialywywiad.blogspot.com>.

⁶⁸ M. Karwowski, *Research personalny*, <https://rynekinformacji.pl/research-personalny-3/>.

do otwartych, ale mamy gwarancję, że przeszukujemy tylko i wyłącznie dokumenty naukowe bądź popularnonaukowe i selekcja będzie dużo lepsza niż w przypadku wyszukiwarek uniwersalnych. Spośród narzędzi wyszukiwania przeznaczonych dla nauki i edukacji najważniejsze są:

- **ScienceDirect** – jest to wiodąca platforma firmy Elsevier zawierająca zrecenzowaną literaturę naukową. Biblioteki uniwersyteckie i inne instytucje oferują swoim społecznościom naukowym dostęp do ScienceDirect. Naukowcy, nauczyciele, studenci, pracownicy służby zdrowia i specjaliści informacji naukowej wykorzystują ScienceDirect, aby usprawnić wyszukiwanie, odkrywanie, czytanie, rozumienie i udostępnianie badań naukowych. Platforma ScienceDirect łączy w sobie wiarygodne, pełne treści publikacji naukowych, technicznych i medycznych, z inteligentną, intuicyjną funkcjonalnością, co pozwala użytkownikom uzyskać większą ilość informacji i pracować wydajniej i efektywniej⁶⁹.
- **Google Scholar** <http://scholar.google.pl/> – to specjalistyczna wyszukiwarka internetowa służąca do przeszukiwania bazy danych zawierającej publikacje naukowe z wielu dziedzin wiedzy. Korzystać może z niej każdy, bo podobnie jak zwykłe Google, jest darmowa i nie wymaga instalacji. Google Scholar działa od 2004 roku i zawiera w swej bazie danych artykuły naukowe udostępniane przez największe na świecie wydawnictwa⁷⁰.
- **Global EDT Search** – <http://search.ndltd.org/>. (dawniej Networked Digital Library of Theses and Dissertations – <http://www.ndltd.org/>), EDT Global jest uznanym dostawcą rozwiązań rekrutacyjnych dla branży IT, sprzedaży i marketingu, budownictwa i inżynierii, telekomunikacji i finansów. Współpracuje z szeroką gamą klientów, od największych blue chipów, banków inwestycyjnych i firm konsultingowych, aż po różnorodne MŚP, dostawców oprogramowania, firmy

⁶⁹ *Czym jest ScienceDirect?*, <https://www.elsevier.com/pl-pl/solutions/sciencedirect>.

⁷⁰ *AFP/EAST NEWS Google Scholar – co to jest? Jak działa wyszukiwarka dla studentów?*, <https://www.eska.pl/news/google-scholar-co-to-jest-jak-dziala-wyszukiwarka-dla-studentow-aa-vCAN-Qj7o-Pgtu.html>.

badawczo-rozwojowe i specjalistów ds. mediów cyfrowych. Głównym zadaniem firmy jest szybkie dostarczanie wysokiej jakości kandydatów w procesie rekrutacji. Często pozyskuje kandydatów na stanowiska kontraktowe w ciągu kilku godzin od uzyskania pełnego opisu stanowiska od klienta, a na stałych stanowiskach proces ten może trwać nawet 24/48 godzin⁷¹.

- **DART-Europe** – <http://www.dart-europe.eu/basic-search.php> – to partnerstwo bibliotek badawczych i konsorcjów bibliotecznych, które współpracują w celu poprawy globalnego dostępu do europejskich prac naukowych. DART-Europe jest zatwierdzony przez LIBER (*Ligue des Bibliothèques Européennes de Recherche*) i jest Europejską Grupą Roboczą Sieciowej Cyfrowej Biblioteki Tezy i Dysertacji (NDLTD). Partnerzy DART-Europe pomagają badaczom w udostępnieniu wspólnego europejskiego portalu do publikowania elektronicznych prac doktorskich (ETD). DART-Europe oferuje partnerom europejskie forum sieciowe poświęcone zagadnieniom ETD i może zapewnić możliwość składania wniosków o wspólne finansowanie, aby zrealizować wizję DART-Europe dotyczącą ETD. DART-Europe jest finansowany poprzez wkład partnerów⁷².
- **CEON** – <http://depot.ceon.pl/> – repozytorium Centrum Otwartej Nauki (CeON) jest adresowane do całego polskiego środowiska naukowego. Są w nim udostępniane różnego rodzaju materiały naukowe, takie jak artykuły, książki, materiały konferencyjne, raporty czy rozprawy doktorskie. W repozytorium zostało umieszczonych ok. 10 tys. publikacji polskich naukowców. Dostęp do wszystkich materiałów jest bezpłatny i otwarty dla wszystkich zainteresowanych⁷³.

⁷¹ Informacje firmy Global EDT, <http://www.edtglobal.com/aus/>.

⁷² About DART-Europe, <http://www.dart-europe.eu/basic-search.php>.

⁷³ CeON – Repozytorium Centrum Otwartej Nauki, <https://bur.ur.edu.pl/ceon-repozytorium-centrum-otwartej-nauki>.

- **FBC** – <http://fbc.pionier.net.pl/owoc/oai-hosts> – Federacja Bibliotek Cyfrowych stworzona przez PCS S Poznań, która widzi nie tylko repozytoria polskie, ale i biblioteki cyfrowe, w których jest także bardzo wiele prac naukowych⁷⁴.

Portale randkowe

Poniżej przedstawiono zestawienie portali oferujących randki, sporządzone według ich popularności (ilości odsłon) w lipcu 2020 r. Przygotowała je firma Gemius, analizująca polski rynek internetowy⁷⁵.

Najpopularniejsze portale randkowe w lipcu 2020 r.		
Serwis	Użytkownicy (real users)	Odsłony
onet.pl / Randki	1 293 917	82 116 442
adxpartner.com	1 288 075	3 036 443
erodate.pl	1 228 446	88 015 129
badoo.com	704 607	18 185 951
niktsieniedowie.com	381 130	577 622 379
fellow.pl	246 229	258 490 916
edarling.pl	199 747	1 307 123
loveaholics.com	189 986	3 270 813
flirt.com	157 358	1 011 925

Źródło: Gemius/PBI próba: lipiec 2020

Patrząc na zagadnienie z punktu widzenia OSINT należy skoncentrować się na ilości i jakości udostępnianych w portalach informacji. Stworzenie własnego profilu, a często także wypełnienie kwestionariusza jest warunkiem, aby użytkownicy mogli się sobą zainteresować i komunikować. Jednostka tworzy precyzyjnie wykonany i aktualizowany opis siebie, a inne osoby mają do niego dostęp niezależnie od pory dnia, a także obecności autora w sieci. Typowy profil zawiera zdjęcia – bez niego prawdopodobieństwo, że ktoś nawiąże kontakt z użytkownikiem, jest niewielkie.

⁷⁴ Otwarte zasoby edukacyjne i naukowe, Uniwersytet Mikołaja Kopernika, Toruń, <https://moodle.umk.pl/OtwarteZasoby/mod/book/view.php?id=149&chapterid=53>.

⁷⁵ Serwisy randkowe. Ranking portali, na których najczęściej umawiają się Polacy [badanie], <https://interaktywnie.com/biznes/newsy/raporty-i-badania/serwisy-randkowe-ranking-portali-na-ktorych-najczesciej-umawiaja-sie-polacy-badanie-259759>.

Każdy profil zawiera również podstawowe informacje demograficzne (wiek, płeć, wykształcenie, zawód, liczba dzieci, geograficzne lokalizacja, wyznanie, stan cywilny, orientację seksualną), informacje o aktywności i zamiłowaniach (np. nałogi, zwyczaje i hobby), a także opisy cech poszukiwanych u potencjalnego partnera.

Informacje znajdujące się na profilach nie zawsze są całkowicie prawdziwe. Użytkownicy chcą jednocześnie pokazać się z korzystnej strony, ale też pozostać wiarygodnymi dla potencjalnego kandydata⁷⁶.

⁷⁶ Por.: K. Kacprzak, *Zmiany w sposobie poszukiwania partnera życiowego – przegląd badań dotyczących użytkowników portali randkowych*, *Teraźniejszość – Człowiek – Edukacja*, nr 68(4) 2014, s. 151-152, https://www.researchgate.net/profile/Kamila_Kacprzak-Wachniew/publication/274256057_Zmiany_w_sposobie_poszukiwania_partnera_zyciowego_-_przeglad_badan_dotyczacych_uzytkownikow_portali_randkowych/links/551a63170cf2f51a6fea3ecef/Zmiany-w-sposobie-poszukiwania-partnera-zyciowego-przeglad-badan-dotyczacych-uzytkownikow-portali-randkowych.pdf.

Rozdział 6.

Dokument i rejestry publiczne

Zgodnie z definicją zawartą w ustawie o informatyzacji⁷⁷ rejestr publiczny to rejestr, ewidencja, wykaz, lista, spis albo inna forma ewidencji, służąca do realizacji zadań publicznych, prowadzona przez podmiot publiczny na podstawie odrębnych przepisów ustawowych. Część rejestrów publicznych posiada status rejestrów administracyjnych. Wg J. Oleńskiego rejestr administracyjny to wykaz, lista, spis:

1. podmiotów (osób fizycznych, osób prawnych, jednostek organizacyjnych nieposiadających osobowości prawnej),
2. obiektów materialnych,
3. procesów ekonomicznych lub technologicznych,
4. zdarzeń społecznych, ekonomicznych, technicznych, ekologicznych lub innych, których rejestrowanie i ewidencjonowanie jest niezbędne organom administracji publicznej, jednostkom sektora publicznego bądź innym jednostkom do realizacji ich funkcji publicznych, do czego zobowiązane są z mocy prawa⁷⁸.

B. Szafranski wśród rejestrów publicznych wyróżnia rejestry identyfikacyjne oraz klasyfikacyjne, a w ramach rejestrów identyfikacyjnych: rejestry pierwotne oraz wtórne. Rejestry identyfikacyjne zawierają informacje o indywidualnych cechach obiektu (osoby, organizacji, zasobu lub procesu) pozwalające na ustalenie jego tożsamości. Rejestry klasyfikacyjne zawierają natomiast informacje o kryteriach podziału obiektów na podgrupy. Rejestry pierwotne to rejestry wykorzystujące tylko identyfikator

⁷⁷ Ustawa z dnia 17 lutego 2005 r. o informatyzacji działalności podmiotów realizujących zadania publiczne (t.j. Dz.U. z 2020 r. poz. 346 z późn. zm.).

⁷⁸ J. Oleński, *Infrastruktura informacyjna państwa w globalnej gospodarce*, Wydział Nauk Ekonomicznych, Uniwersytet Warszawski, Warszawa 2006, s. 539.

własny do ustalenia tożsamości obiektu, natomiast rejestry wtórne wykorzystują do tego celu zarówno identyfikator własny jak i obcy (tj. z innego rejestru)⁷⁹.

Podział rejestrów na pierwotne i wtórne jest kluczowy przy porządkowaniu systemu rejestrów publicznych, w tym ustalaniu referencyjności rejestrów względem siebie. Wg J. Oleńskiego relacja referencyjności może zachodzić tylko dla określonych informacji: identyfikatorów, cech klasyfikacyjnych, danych wspólnych dla wielu ewidencji i systemów. Wyróżnia on ponadto trzy bazowe rejestry referencyjne: rejestr ludności, rejestr jednostek organizacyjnych, rejestr jednostek terytorialnych⁸⁰.

Rejestry prowadzone przez Ministerstwo Rozwoju, Pracy i Technologii oraz Ministerstwie Infrastruktury obejmują:

- Księgi wieczyste online.
- CEIDG – Centralna Ewidencja i Informacja o Działalności Gospodarczej.
- Krajowy Rejestr Sądowy.
- Rejestry prowadzone przez UOKiK.
- Rejestr przedstawicielstw przedsiębiorców zagranicznych.
- Rejestry i ewidencje na stronie Komisji Nadzoru Finansowego (KNF).
- Rejestr Zastawów.
- Rejestry prowadzone przez Urząd Dozoru Technicznego.
- Biura informacji gospodarczej.
- Centralna Ewidencja Organizatorów Turystyki i Przedsiębiorców Ułatwiających Nabywanie Powiązanych Usług Turystycznych.
- Krajowy Rejestr Karny.
- Rejestry Głównego Inspektoratu Ochrony Środowiska.
- Rejestry Państwowej Inspekcji Farmaceutycznej.
- Krajowy Rejestr Agencji Zatrudnienia.

⁷⁹ B. Szafrąński, *Model informacyjny rejestrów państwowych i wymagania w zakresie systemu komputerowego wspomaganie zarządzania rejestrami*, Ministerstwo Nauki i Informatyzacji, Warszawa 2003, s. 16.

⁸⁰ J. Oleński, dz. cyt., s. 538-560.

- Rejestr Zastawów Skarbowych (RZS).
- Rejestr Przedsiębiorców Telekomunikacyjnych.
- Rejestr Operatorów Poczтовых.
- Krajowy Rejestr Elektroniczny Przedsiębiorców Transportu Drogowego (KREPTD).
- Rejestr wytwórców biogazu rolniczego.
- Krajowy rejestr urzędowy podmiotów gospodarki narodowej (REGON).

Rozdział 7.

Dokumenty biznesowe

Stworzenie unijnego jednolitego rynku spowodowało, że wiele spółek rozszerzyło swoją działalność poza granice państwa pochodzenia. Począwszy od czerwca 2017 r. rejestry działalności gospodarczej wszystkich państw UE zostały połączone i można w nich prowadzić wyszukiwania.

W portalu **Otwarte Dane** jednym miejscu znajdziemy dane ponad 100 instytucji publicznych. Portal jest źródłem wiarygodnych na bieżąco aktualizowanych danych, udostępnianych bezpłatnie do ponownego wykorzystywania⁸¹.

W zakresie biznesu i gospodarki występują następujące zbiory danych:

- Centralna Ewidencja i Informacja o Działalności Gospodarczej.
- Centralny rejestr rzeczoznawców majątkowych.
- Polska Klasyfikacja Działalności (PKD 2007).
- Informacja o przedsiębiorcach posiadających zezwolenia na handel hurtowy napojami alkoholowymi.
- Mały Rocznik Statystyczny Polski.
- Polska Klasyfikacja Wyrobów i Usług (PKWiU 2008).
- Polska Klasyfikacja Wyrobów i Usług (PKWiU 2015).
- Rocznik Statystyczny Rzeczypospolitej Polskiej.
- Rocznik Statystyczny Przemysłu.
- Rejestr przedstawicielstw przedsiębiorców zagranicznych.
- Rocznik Statystyczny Województw.
- Klasyfikacja Środków Trwałych (KŚT).
- Miesięczna informacja o podmiotach gospodarki narodowej w rejestrze REGON.

⁸¹ Serwis dane.gov.pl realizuje cel Centralnego Repozytorium Informacji Publicznej, wskazanego w Ustawie o dostępie do informacji publicznej (t.j. Dz.U. z 2019 r. poz. 1429 z późn. zm.) jako jeden z trybów dostępu i ponownego wykorzystywania informacji publicznej, <https://dane.gov.pl/pl/about>.

- Informacja o liczbie wniosków złożonych w CEIDG w podziale na rodzaj wniosków, formę ich złożenia oraz płeć wnioskodawców.
- Wskaźniki makroekonomiczne.
- Cena 1 m² powierzchni użytkowej budynku mieszkalnego oddanego do użytkowania.
- Platforma Analityczna SWAiD – Działowe Bazy Wiedzy.
- Rocznik Statystyczny Handlu Zagranicznego.
- Baza Danych Handlu Zagranicznego.
- Baza azbestowa.

Rozdział 8.

Geolokalizacja

Geolokalizacja adresu IP, czyli określenie położenia geograficznego komputera lub innego urządzenia sieciowego na podstawie adresu IP nie jest w 100% dokładna. O ile w przypadku dużych miast można przyjąć, że wskazania z reguły są prawidłowe (dokładność 85-90%), to w przypadku wsi i mniejszych miasteczek, trzeba przyjąć dokładność rzędu kilkudziesięciu kilometrów. Zatem często może być wskazywane sąsiednie (z reguły większe) miasto⁸².

Przykładem bezpłatnego programu do geotagowania może być GeoSetter. Trzeba tylko zainstalować program pobrany za darmo z jego źródłowej strony www.geosetter.de/en. Trzeba również mieć oczywiście jakieś dane na temat geolokalizacji wykonanych zdjęć, które by można zastosować w plikach. Danych takich dostarczają zwykle niewielkie urządzenia znane pod nazwą GPS Logger albo wirtualny zapisywacz miejsca. Co istotne, wystarczy jeden logger na kilka osób, jeśli fotografowały one w niewielkiej odległości od siebie. Zgrany z takiego urządzenia plik, zwykle w formacie GPX, każda z tych osób kopiuje do folderu z własnymi zdjęciami i ustawia lokalizację przy pomocy programu⁸³.

Oprogramowanie do namierzania nie powinno być używane w złej woli. Może ono natomiast z powodzeniem wspomóc zatroskanych rodziców. Z podobnego rozwiązania korzystać mogą też pracodawcy, którzy chcą mieć kontrolę nad pracownikami w godzinach ich pracy – wówczas ramy kontroli nie mogą wykroczać poza obowiązki podwładnych. Naturalnie największą grupę osób korzystających z tego typu rozwiązań, są osoby, które w niekontrolowany sposób straciły dostęp do swojego urządzenia. W przypadku kradzieży i zagubienia sprzętu, geolokalizacja jest często jedynym

⁸² KodIT, <https://kodit.pl/geolokalizacja>.

⁸³ E. Prus, *Geosetter – bezpłatny program do geotagowania*, <https://www.fotezja.pl/geosetter-bezplatny-program-do-geotagowania/>.

sposobem na próbę ustalenia aktualnego położenia telefonu. Ważną opcją jest wówczas zdalne zablokowanie dostępu do sprzętu. Warto też mieć zapisany numer IMEI (unikatowy cyfrowy kod, który posiada każdy telefon) – w przypadku odnalezienia się telefonu o wiele łatwiej jest wówczas potwierdzić, że jesteśmy faktycznym właścicielem urządzenia. Przed wybraniem oprogramowania, które ma w ten sposób zwiększyć nasze bezpieczeństwo, warto porównać możliwości zewnętrznych aplikacji i wybrać taką, która w największym stopniu odpowiada naszym oczekiwaniom⁸⁴.

Należy pamiętać, że komputer w Internecie nie zawsze posługuje się swoim prawdziwym adresem IP. Może on korzystać np. z usługi VPN⁸⁵. W takiej sytuacji widoczny będzie tylko adres IP serwera VPN, który może się znajdować w zupełnie innym kraju niż rzeczywisty komputer⁸⁶.

⁸⁴ Geolokalizacja telefonu – wyświetlanie lokalizacji urządzenia lub telefonu komórkowego, <https://www.i-mobi.pl/geolokalizacja-telefonu>.

⁸⁵ Jest to skrót od *Virtual Private Network* (Wirtualna Sieć Prywatna) i gwarantuje on, że komputer użytkownika staje się niemożliwy do śledzenia. Działa to następująco: zamiast łączenia się z twoim dostawcą usług internetowych, komputer użytkownika łączy się z serwerem VPN za pomocą zabezpieczonego oraz zaszyfrowanego połączenia. Następnie serwer VPN kontaktuje się ze stroną, której szukasz.

⁸⁶ <http://kodit.pl/geolokalizacja>.

Rozdział 9.

Archiwa, jako źródła informacji

Archiwum rozumiane, jako samodzielna instytucja powoływane jest do gromadzenia, kształtowania, opracowywania, trwałego przechowywania, zabezpieczania, konserwacji i udostępniania materiałów archiwalnych. Pod tak rozumianym pojęciem rozumie się w pierwszej mierze archiwa państwowe. Instytucja taka ma charakter urzędu administracyjnego, urzędu wiary publicznej, a także placówki naukowej. Posiada ona stały zasób archiwalny, gromadzony systematycznie, w drodze archiwizacji, darowizn, kupna i wymiany.

Uprawniona jest do wydawania kopii, wyciągów, wypisów i uwierzytelnionych odpisów zgromadzonych materiałów archiwalnych. Zgromadzone materiały udostępniane są tak dla celów urzędowych, jak i naukowych i prywatnych⁸⁷.

Obecnie możemy wyróżnić następujące rodzaje archiwów:

- 1) **Państwowe** – gromadzą wszystkie materiały o znaczeniu administracyjnym lub historycznym, jakie zostały przeznaczone do przechowywania, wśród archiwów państwowych znajdują się archiwa wyodrębnione, na przykład Sejmu RP, Senatu RP, Prezydenta RP, Prezesa Rady Ministrów, poszczególnych ministerstw, Instytutu Pamięci Narodowej.
- 2) **Prywatne** – przechowują zbiory należące do osób prywatnych, które odziedziczyły lub pozyskały różne dokumenty i pamiątki.
- 3) **Kościelne** – gromadzą dokumenty wytworzone przez kościoły i ich instytucje.
- 4) **Zakładowe** – gromadzą akta instytucji, przy których funkcjonują, np. firm prywatnych, spółek, urzędów państwowych i samorządowych, szkół i uczelni.

⁸⁷ ENCENC Polskie encyklopedie humanistyczne, <https://encenc.pl/archiwum/>.

5) Partii politycznych, organizacji społecznych i innych – przechowują zbiory dokumentów wytworzonych przez te organizacje. Po zakończeniu działalności partii lub organizacji zgromadzone tam materiały archiwalne trafiają do archiwum państwowego⁸⁸.

W archiwum między innymi możemy znaleźć następujące materiały:

- akta i dokumenty;
- mapy;
- fotografie;
- nagrania dźwiękowe;
- filmy;
- dokumentację finansową;
- dokumentację techniczną;
- zabytki kultury;
- materiały cyfrowe;
- inne źródła o wartości historycznej⁸⁹.

⁸⁸ Archiwum Państwowe w Szczecinie, <https://www.szczecin.ap.gov.pl/news/pl/czym-jest-archiwum-i-komu-sluzy>.

⁸⁹ Tamże.

Bibliografia

- M. Grabowski, A. Zając, *Dane, informacja, wiedza – próba definicji*, publ. Katedry Informatyki Akademii Ekonomicznej w Krakowie Zeszyty Naukowe 2009 nr 798, Kraków 2009.
- K. Liedel, T. Serafin, *Otwarte źródła informacji w działalności wywiadowczej*, Warszawa 2011.
- J. Larecki, *Wielki leksykon służb specjalnych świata: organizacje wywiadu, kontrwywiadu i policji politycznych świata, terminologia profesjonalna i żargon operacyjny*, Warszawa 2007.
- B. Mróz, *Konsument w sieci – wyzwania i zagrożenia*, Instytut Badań Rynku, Konsumpcji i Koniunktur Handel Wewnętrzny, Warszawa 2014.
- E. Nowak, *Broker informacji – odpowiedź na zapotrzebowanie XXI wieku*, Zagadnienia Informacji Naukowej nr 1, Kraków 2006.
- J. Oleński, *Infrastruktura informacyjna państwa w globalnej gospodarce*, Wydział Nauk Ekonomicznych, Uniwersytet Warszawski, Warszawa 2006.
- B. Szafranski, *Model informacyjny rejestrów państwowych i wymagania w zakresie systemu komputerowego wspomaganie zarządzania rejestrami*, Ministerstwo Nauki i Informatyzacji, Warszawa 2003.
- B. Sienkiewicz, *Historia pewnego złudzenia*, „Przegląd Bezpieczeństwa Wewnętrznego” Wydanie Specjalne, Warszawa 2010.
- B. Sarmak, *Wykorzystanie otwartych źródeł informacji w działalności wywiadowczej*, Przegląd Bezpieczeństwa Wewnętrznego 12/15, Warszawa 2015.
- S. Skowron, R. Skrzetuski, *Media społecznościowe jako narzędzie komunikacji firmy z klientem*, Handel Wewnętrzny, Warszawa 2015.
- K. Tylutki, *Informacja masowego rażenia – OSINT w działalności wywiadowczej*, Przegląd Bezpieczeństwa Wewnętrznego 19/18, Warszawa 2018.
- Ustawa z 6 kwietnia 1990 r. o Policji (t.j. Dz.U. z 2020 r. poz. 360 z późn. zm.)

- Ustawa z dnia 17 lutego 2005 r. o informatyzacji działalności podmiotów realizujących zadania publiczne (t.j. Dz.U. z 2020. poz. 346 z późn. zm.).

Źródła internetowe

- About DART-Europe <http://www.dart-europe.eu/basic-search.php>.
- AFP/EAST NEWS Google Scholar – co to jest? Jak działa wyszukiwarka dla studentów? <https://www.eska.pl/news/google-scholar-co-to-jest-jak-dziala-wyszukiwarka-dla-studentow-aa-vCAN-Qj7o-Pgtu.html>.
- Archiwum Państwowe w Szczecinie <https://www.szczecin.ap.gov.pl/news/pl/czym-jest-archiwum-i-komu-sluzy>.
- J. Bagrij, *Wyszukiwarka Google nadal bezkonkurencyjna*, <https://www.artefakt.pl/blog/seo/wyszukiwarka-google-nadal-bezkonkurencyjna-2020>.
- *Bezpieczne logowanie do serwisu*, https://www.psat.pl/tfibtpparibas/dokumenty/fortis/info/Zasady_bezpiecznego_logowania.pdf.
- *Biały wywiad*, <https://www.wirtualnemedi.pl/sloownik/bialy-wywiad>.
- Biuro Obsługi Klienta, <https://futurehost.pl/co-to-jest-adres-ip>.
- ccTLD <https://delante.pl/definicje/gtld/>.
- CENTRstats Global TLD Report 2020/2, <https://centr.org/statistics-centr/quarterly-reports.html>.
- CeON – Repozytorium Centrum Otwartej Nauki, <https://bur.ur.edu.pl/ceon-repozytorium-centrum-otwartej-nauki>.
- B. Chaciński, *Marshall McLuhan dziś*, <https://www.polityka.pl/tygodnikpolityka/kultura/1517802,1,marshall-mcluhan-dzis.read>.
- S. Cisek, *Wywiad biznesowy / biały wywiad / OSINT/wywiad jawnoźródłowy*, <http://sabinacisek.blogspot.com/2015/12/ciecierski-marek-2009.html>
- S. Cisek, *Proszę zwrócić uwagę na nie do końca ustaloną terminologię*, Instytut Informacji Naukowej i Bibliotekoznawstwa WZiKS UJ <https://www.slideshare.net/sabinacisek/infobrokering-osint-wywiad-gospodarczy>.

- *Co to jest wyszukiwanie WHOIS? What is a WHOIS lookup?*, <https://uniregistry.help/domains-en/what-is-a-whois-lookup/>.
- *Co to jest adres IP*, <https://futurehost.pl/co-to-jest-adres-ip>.
- *Co to jest domena?*, <https://domeny.pl/pomoc/pytanie/co-to-jest-domena.html>.
- *Czym jest ScienceDirect?*, <https://www.elsevier.com/pl-pl/solutions/sciencedirect>.
- *Definicja pojęcia – Wyszukiwarka*, https://kompan.pl/co-to-jest/wyszukiwarka/?tx_cookies_main%5Baction%5D=cookie&cHash=1dfae597275dc4fbcebbc875beac4387.
- ENCENC Polskie encyklopedie humanistyczne, <https://encenc.pl/archiwum/>.
- *Fake news – podstawy*, <https://publicrelations.pl/fake-news-podstawy/>.
- W. Filipkowski, *Wybrane kwestie związane z tzw. białym wywiadem*, Prezentacja Wydziału Prawa Uniwersytetu w Białymstoku <https://www.slideshare.net/wofi/wybrane-kwestie-zwizane-z-tzw-biaym-wywiadem>.
- *Firmowy adres e-mail. Dlaczego jest tak ważny?*, <https://blog.home.pl/2015/01/firmowy-adres-e-mail-dlaczego-jest-tak-wazny/>.
- C. Foreman, *10 Types of Social Media and H Benefit Your Busines*, <https://blog.hootsuite.com/types-of-social-media/>.
- *Geolokalizacja telefonu – wyświetlanie lokalizacji urządzenia lub telefonu komórkowego*, <https://www.i-mobi.pl/geolokalizacja-telefonu>.
- *gTLD*, <https://delante.pl/definicje/gtld/>.
- *Host*, <https://www.hosting.co.pl/host>.
- Informacje firmy Global EDT, <http://www.edtglobal.com/aus/>
- K. Kacprzak, *Zmiany w sposobie poszukiwania partnera życiowego przegląd badań dotyczących użytkowników portali randkowych*, Teraźniejszość – Człowiek – Edukacja Nr 68 (4) 2014, s. 151-152 https://www.researchgate.net/profile/Kamila_Kacprzak-Wachniew/publication/274256057_Zmiany_w_sposobie_poszukiwania_partniera_zyciowego_przegląd_badan_dotyczaczych_uzytownikow_portali_randkowych/links/551a63170cf2f51a6fea3ece/Zmiany-w-sposobie-poszukiwania-partniera-zyciowego-przegląd-badan-dotyczaczych-uzytownikow-portali-randkowych.pdf.
- M. Karwowski, *Research personalny*, <https://rynekinformacji.pl/research-personalny-3/>.

- *Konta użytkowników*, <http://www.soisk-me.pl/klasa-ii-windows/konta-uzytownikow>.
- *KodIT*, <https://kodit.pl/geolokalizacja>.
- K. Kucharski, *Narzędzia anonimizujące działania w Internecie*, <https://www.abw.gov.pl/pl/pbw/publikacje/przeglad-bezpieczenstwa-4/1213,Przeglad-Bezpieczenstwa-Wewnetrznego-WYDANIE-SPECJALNE.html>.
- B. Malinowski, *Czym naprawdę jest sharing economy?*, <https://wethecrowd.pl/czym-jest-sharing-economy/>.
- J. Małyшко, *Automatyczne przetwarzanie recenzji konsumenckich dla oceny użyteczności produktów i usług*, Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu, s. 27-30. http://www.wbc.poznan.pl/Content/354211/Malyszko_Jacek_rozprawa_doktorska.pdf.
- Metadane, *Encyklopedia zarządzania*, <https://mfiles.pl/pl/index.php/Metadane>
- *Metody gromadzenia i przetwarzania danych*, https://zasoby1.open.agh.edu.pl/dydaktyka/ergonomia/a_ergonom/AGH_pliki/rozd-2.htm.
- MediaNet, <http://kmn.pl/www.html>.
- D. Mider, J. Garlicki, W. Mincewicz, *Pozyskiwanie informacji z Internetu metodą Google Hacking – biały, szary czy czarny wywiad?*, *Przegląd Bezpieczeństwa Wewnętrznego* 20/19, <https://www.google.com/search?client=opera&q=D.+Mider+Jan+Garlicki+Wojciech+Mincewicz+Pozyskiwanie+informacji&sourceid=opera&ie=UTF-8&oe=UTF-8>.
- E. Nowak, *Blogowanie: co to jest?*, <https://fabrykadygresji.pl/2020/09/24/ksiazki-o-blogowaniu/>.
- Ł. Ostruszka, *Whisper – serwis, który pokona Facebooka i Twittera?*, <https://www.polityka.pl/tygodnikpolityka/ludzieistyle/1588751,1,whisper—serwis-ktory-pokona-facebook-a-i-twittera.read>.
- Otwarte zasoby edukacyjne i naukowe, Uniwersytet Mikołaja Kopernika, Toruń, <https://moodle.umk.pl/OtwarteZasoby/mod/book/view.php?id=149&chapterid=53>.
- Paweł, *Social Commerce: co to jest oraz jak wykorzystać je w swoim biznesie*, Conversion blog, <https://www.conversion.pl/blog/social-commerce/#definicja-sc>.
- *Pozyskiwanie informacji o ludziach metodą białego wywiadu*, <http://bialywywiad.blogspot.com>.

- E. Prus, *Geosetter – bezpłatny program do geotagowania*, <https://www.fotezja.pl/geosetter-bezplatny-program-do-geotagowania/>.
- *Przewodnik po Pinterescie*, <https://biznes21.pl/co-to-jest-pinterest-przewodnik/>.
- Serwis Dane.gov.pl, <https://dane.gov.pl/pl/about>.
- Serwisy randkowe. Ranking portali, na których najczęściej umawiają się Polacy [badanie], <https://interaktywnie.com/biznes/newsy/raporty-i-badania/serwisy-randkowe-ranking-portali-na-ktorych-najczesciej-umawiaja-sie-polacy-badanie-259759>.
- *Silnik przeglądarki internetowej*, [https://pl.wikipedia.org/wiki/Silnik_przeglądarki_internetowej](https://pl.wikipedia.org/wiki/Silnik_przegl%C4%85darki_internetowej).
- M. Stąporek, *Bibliotekarz – pracownik służb śledczych CIA, Biuletyn EBIB, Czy w bibliotece można się nudzić?*, nr 2 (164) 7 2016, <http://ebibojs.pl/index.php/ebib/issue/view/25>.
- Stein, *Tajne kopalnie uranu na Śląsku*, [https://www.focus.pl/artykul/swego-nie-znacie-tajemnice-uranu-ze-slaska-oraz-k-jasiński, Czy III Rzesza posiadała broń atomową?](https://www.focus.pl/artykul/swego-nie-znacie-tajemnice-uranu-ze-slaska-oraz-k-jasi%C5%84ski,-czy-iii-rzesza-posiada%C5%82a-bron%C4%85-atomow%C4%85?), <https://www.rp.pl/Rzecz-o-historii/308189910-Czy-III-Rzesza-posiadala-bron-atomowa.html>.
- J. Szczepaniak, *123people – największa wyszukiwarka osób na świecie – wystartowała w Polsce*, <https://gadzetomania.pl/20896,123people-najwieksza-wyszukiwarka-osob-na-swiecie-wystartowala-w-polsce>.
- *Testy przeglądarek internetowych 2020*, [https://www.speedtest.pl/wiadomosci/rankingi/testy-przeglądarek-internetowych-2020/](https://www.speedtest.pl/wiadomosci/rankingi/testy-przegl%C4%85darek-internetowych-2020/).
- J. Tylutki, *Sieci społecznościowe a ochrona danych osobowych*, [https://technologiewdomu.pl/sieci-społecznościowe-a-ochrona-danych-osobowych/](https://technologiewdomu.pl/sieci-spo%C5%82ecznościowe-a-ochrona-danych-osobowych/).
- J. Wójcik, *Wywiad i kontrwywiad gospodarczy*, Wszechnica Polska Szkoła Wyższa w Warszawie, 2018, <https://wszechnicapolska.edu.pl/dokumenty/wydawnictwo/2018/2018-wywiad-i-kontrwywiad-gospodarczy.pdf>.
- P. Ziemia, M. Piwowarski, *Metody oceny jakości portali internetowych*, Polskie Stowarzyszenie Zarządzania Wiedzą, Seria: Studia i Materiały, nr 27, 2010, http://www.pszw.edu.pl/images/publikacje/t027_pszw_2010_ziemia_piwowarski_-_metody_oceny_jakosci_portali_internetowych.pdf.
- Zin, fanzin, Wikipedia. https://pl.wikipedia.org/wiki/Zin_.

Zakład Służby Kryminalnej

asp. szt. dr Tomasz Pączkowski

Szkoła Policji w Katowicach
ul. gen. Jankego 276
40-684 Katowice-Piotrowice
www.katowice.szkolapolicji.gov.pl

