

SZCZEGÓŁOWY WYKAZ ZAGADNIEŃ

DO ADRESATÓW.....	7
WSTĘP	11
Kontekst problemowy	11
Zasadniczy przekaz	16
Zawartość opracowania	19
Ustalenia końcowe	23
1. OBIEKTY WIELKIEGO RESETU	27
Poznawcza obiektywizacja.....	27
Scenariusze globalne	30
Obiektywizacja globalizacji	32
Zamknięcie informacyjne	38
Obiekt Wielkiego Resetu.....	42
1.1. Mity – niepotwierdzające się przekonania	46
1.1.1. Fakty i mity	46
1.1.2. Mity nauki Wielkiego Resetu.....	50
1.1.3. Rewolucyjne konsekwencje determinizmu	52
1.1.4. Badania społeczne	56
1.1.5. Zmasowana mitologia	59
1.1.6. Mit granic wzrostu.....	61
1.1.7. Zniewalająca rola mitu	63
1.1.8. Największe złudzenie	66
1.2. Dogmaty – bezdyskusyjne twierdzenia	68
1.2.1. Strukturalna konieczność	68
1.2.2. Dyrektywy i standardy	70
1.2.3. Ideologiczne tworzywo dogmatu	73
1.2.4. Główny dogmat	75
1.2.5. Racjonalizacja globalnego dogmatu.....	78
1.2.6. Racjonalizacja dogmatów pandemicznych	80
1.2.7. Przeciwnskuteczność działań	83
1.2.8. Dogmatyczni zabójcy	85
1.3. Tabu – zakazane podejrzania	88
1.3.1. Sfery milczenia.....	88
1.3.2. Blokady badań	93
1.3.3. Milczenie wobec totalitaryzmu	96
1.3.4. Zakamuflowana agenda	98

1.3.5.	Tabu technologiczne.....	100
1.3.6.	Zamach na wolność słowa.....	103
1.3.7.	Obszary tabu.....	106
1.3.8.	Wielkoresetowe tabu.....	108
1.4.	Absurdy – sprzeczne wyjaśnienia.....	110
1.4.1.	Absurd Wielkiego Resetu.....	110
1.4.2.	Sprzeczność istotą absurdu.....	112
1.4.3.	Celowość globalizacji.....	114
1.4.4.	Narzucanie absurdu.....	116
1.4.5.	Absurd niezrównoważenia.....	117
1.4.6.	Absurd resetu.....	120
1.5.	Frazesy – ogólnikowe zapewnienia.....	123
1.5.1.	Frazesy globalne.....	123
1.5.2.	Frazeologia deklaracji.....	125
1.5.3.	Frazesy cyfrowej tożsamości.....	128
1.5.4.	Frazeologia zrównoważonego rozwoju.....	130
1.5.5.	Przykłady frazesów.....	133
1.5.6.	Frazes nowej normalności.....	135
1.5.7.	Uwarunkowania realne.....	136
1.5.8.	Realizm polityczny.....	139
1.6.	Etykiety – mylące szyldy.....	143
1.6.1.	Rola etykiet.....	143
1.6.2.	Etykietowa manipulacja.....	145
1.6.3.	Etykieta zrównoważonego rozwoju.....	146
1.6.4.	Ogólnikowość etykiet.....	149
1.6.5.	Symulacja za pomocą etykiet.....	152
1.6.6.	Etykiety dyplomatyczne.....	153
1.7.	Fetysze – zniewalające konstrukty.....	157
1.7.1.	Irracjonalna mentalność.....	157
1.7.2.	Fetyszyzacja technologii.....	159
1.7.3.	Powrót okultyzmu.....	162
1.7.4.	Wysterowany fetysz wyglądu.....	165
1.7.5.	Fetysz globalizacji.....	166
1.7.6.	Fetysz Wielkiego Resetu.....	168
2.	SKŁADNIKI FUNKCJONALNE CYWILIZACJI INFORMACYJNEJ.....	171
	Informacjonalistyczna optymalizacja.....	171
	Uinformacyjnienie cywilizacji.....	174
	Diagnoza państwa uszczęśliwiającego.....	177
	Prognoza zniewolenia.....	179
2.1.	Informacja – cyfrowa identyfikacja.....	182
2.1.1.	Sprawcza rola informacji.....	182
2.1.2.	Działanie informacji.....	186
2.1.3.	Przetwarzanie danych.....	189
2.1.4.	Przetwarzanie informacji.....	191
2.1.5.	Niekonwencjonalne postępowanie z informacją.....	195
2.1.6.	Nierówności informacyjne.....	197
2.1.7.	Nieznana wiedza o potencjale Internetu.....	199
2.1.8.	Zarządzanie informacją a zarządzanie wiedzą.....	203

2.1.9.	Globalne rządzić i zarządzanie wiedzą	207
2.1.10.	Cybernetyczna instrumentalizacja wiedzy	212
2.1.11.	Cyfrowa identyfikacja tożsamości	215
2.1.12.	Przewaga informacyjna	219
2.2.	Media – cyfrowe platformy globalizacji	222
2.2.1.	Pojmowanie mediów	222
2.2.2.	Instytucje medialne	226
2.2.3.	Zmieniająca się natura mediów	229
2.2.4.	Manipulacja medialna	231
2.2.5.	Medium telewizyjne	233
2.2.6.	Medium internetowe	237
2.2.7.	Pozycja internetowych Big Techów	239
2.2.8.	Opinia publiczna	243
2.2.9.	Medialna kreacja	246
2.2.10.	Medialne zafałszowanie	250
2.2.11.	Mechanizmy medialne	254
2.2.12.	Władza mediów	258
2.3.	Gospodarka – rynkowe zaspokajanie potrzeb	261
2.3.1.	Modele gospodarowania	261
2.3.2.	Sytuacja gospodarcza świata	264
2.3.3.	Gospodarka a ekonomia	268
2.3.4.	Gospodarka cywilizacji informacyjnej	269
2.3.5.	Uwolnienie energii gospodarczej	271
2.3.6.	Gospodarka ukierunkowana na globalizację	276
2.3.7.	Globalna gospodarka planowa	282
2.3.8.	Modele gospodarcze	287
2.3.9.	Przymusowa liberalizacja	291
2.3.10.	Naturalny porządek gospodarczy	295
2.3.11.	Gospodarka piątej generacji	299
2.4.	Pieniądz – polityczny instrument kontroli	306
2.4.1.	Wielki Reset pieniądza	306
2.4.2.	Geopolityczne otoczenie finansów	309
2.4.3.	Finansowe sterowanie	312
2.4.4.	Globalny kapitalizm finansowy	316
2.4.5.	Rola pieniądza	323
2.4.6.	Natura pieniądza	325
2.4.7.	Wojna o pieniądź	328
2.4.8.	Władza pieniądza	331
2.4.9.	Rodzaje pieniądza	334
2.4.10.	Globalne zadłużenie	337
2.4.11.	Przejęcia kontroli finansowej	341
2.4.12.	Pieniądz cyfrowy	344
2.4.13.	Cyfrowa waluta a cyfrowa kryptowaluta	348
2.5.	Technologia – rozszerzenie ludzkich zdolności	352
2.5.1.	Techniczna i technologiczna przewaga	352
2.5.2.	Celowa rola techniki	355
2.5.3.	Pozaetyczna orientacja techniki	358
2.5.4.	Syndrom techniki	360
2.5.5.	Kierunki przemian technologicznych	364

2.5.6. Technologiczna destabilizacja społeczeństw	369
2.5.7. Technika a technologia.....	373
2.5.8. Cywilizacyjne standardy technologiczne	377
2.5.9. Zaawansowanie technologiczno-informacyjne	380
2.5.10. Technologia cywilizacji planetarnej.....	382
2.5.11. Rewolucja technologiczno-informacyjna.....	384
2.5.12. Ambiwalencja wirtualno-cybernetyczna	386
2.5.13. Technologia wyzwolenia.....	388
2.5.14. Geneza sztucznej inteligencji	389
2.5.15. Istota sztucznej inteligencji	392
2.5.16. Funkcja sztucznej inteligencji	395
2.5.17. Rezultat sztucznej inteligencji.....	398
ZAKOŃCZENIE	401
Zasadnicze wnioski.....	401
Scenariusz globalny	403
Chińskie rozwiązanie.....	409
Rola sztucznej inteligencji.....	410
Sens technocywilizacji	412
BIBLIOGRAFIA	414
AKTY NORMATYWNE	433
Prawo polskie	433
Prawo unijne.....	434
Prawo międzynarodowe	435
Prawo innych państw.....	435
DOKUMENTY	436
STRESZCZENIE	441
SUMMARY	447
WYJAŚNIENIE POJĘĆ	453
OSOBY	459
INSTYTUCJE.....	462
ODNOŚNIKI DO ŹRÓDEŁ INTERNETOWYCH	474
SKOROWIDZE	477
Skorowidz osobowy	477
Skorowidz rzeczowy.....	480
SKRÓTY	483
ANEKS. GLOBALNE ZMIANY I CYWILIZACYJNE PROCESY WIELKIEGO RESETU	486
SZCZEGÓŁOWY WYKAZ ZAGADNIENI	500
PODZIĘKOWANIA.....	504