




KS. ADAM KŁONOWSKI

Uniwersytet Kardynała Stefana Wyszyńskiego

 <https://orcid.org/0000-0002-5739-8895>

e-mail: adam.klon@gmail.com

## UWIĘZIENI W BAŃCE. TEOLOGIA STOSOWANA WOBEĆ ALGORYTMÓW FILTRUJĄCYCH TREŚCI

Trapped in a bubble.

Applied theology in the face of content-filtering algorithms

**Abstrakt:** Wolność, której pragnie niemal każdy, stała się dobrem deficytowym, zaś sam człowiek został zamknięty w różnego rodzaju „cyfrowych bańkach” ograniczających go jedynie do własnego wyobrażenia świata. Niniejszy artykuł jest więc próbą wskazania sposobów zachowania wolności pomimo wysoce prosperujących bańek filtrujących i informacyjnych. Został on opracowany przy pomocy narzędzi teologii pastoralnej i nauk pomocniczych, natomiast jego istotnymi komponentami są: 1) przybliżenie informacji na temat algorytmów filtrujących treści; 2) zwrócenie uwagi na problem bańki informacyjnej i filtrującej; oraz 3) przedstawienie podejmowanego zagadnienia w perspektywie teologii pastoralnej.

**Słowa kluczowe:** teologia pastoralna, teologia stosowana, bańka filtrująca, algorytmy, wolność.

**Abstract:** Freedom, which almost everyone wants, has become a scarce commodity, and individuals have been locked in various “digital bubbles” that limit them only to their own image of the world. This article is an attempt to indicate ways to maintain freedom despite the very thriving filter and information bubbles. It was developed using tools from the field of pastoral theology and auxiliary sciences, and its essential elements are: 1) providing

information on content filtering algorithms; 2) drawing attention to the issue of the information and filtering bubble; and 3) presenting the topic under discussion from the perspective of applied theology.

**Key words:** pastoral theology, applied theology, filter bubble, algorithms, freedom.

Nauki stosowane odgrywają bardzo ważną rolę. To dzięki nim możliwy jest rozwój technologiczny, społeczny czy gospodarczy naszej cywilizacji. Ich zadaniem jest rozwiązywanie ludzkich problemów, stąd cieszą się dużym zainteresowaniem wszystkich, którym nie jest obojętny los człowieka. Wśród nich swoje miejsce coraz wyraźniej zaznacza teologia pastoralna, która pragnie nie tylko opracowywać nowe teorie, ale przede wszystkim wykorzystywać zdobytą wiedzę dla pożytku wspólnoty Kościoła. Oznacza to, że nie pozostaje ona bierna wobec dynamicznie zmieniającej się rzeczywistości, borykającej się z wieloma wyzwaniami, lecz dąży do niesienia duchowego wsparcia osobom zatroskanym o swoje życie wewnętrzne, stając się tym samym teologią stosowaną.

Jednym z głównych obszarów życia człowieka jest internet. Sieć przenikająca ludzkie relacje, sposób myślenia, poglądy, decyzje zakupowe czy wyjazdy z przyjaciółmi sprawiła, że niemal każdy mieszkaniec świata zdobył już cyfrowe obywatelstwo. Niestety nie jest to kraina pozbawiona wad i niebezpieczeństw. Jednym z nich jest przebodźcowanie związane z nadmierną ilością wyświetlanych treści. Dlatego też powstały odpowiednie mechanizmy, które sugerują jaką zawartość dana osoba powinna przyswoić, a jaką odrzucić. Głównym problemem jest jednak to, że w wielu przypadkach powyższe działania dokonują się poza wolnym wyborem użytkownika, stąd ostatecznie to nie on decyduje, co obejrzy, kogo wysłucha, ani nawet jaki produkt kupi (choć pozornie wydaje się, że jest inaczej). W tym kontekście wolność, rozumiana jako brak zewnętrznego przymusu, stała się dobrem deficytowym, o które trzeba walczyć, zaś sam człowiek został niejako uwięziony w różnego rodzaju „bańkach” zamykających go jedynie w niezwykle wąskim, znanym tylko sobie, sposobie postrzegania świata. Taki stan rzeczy często sprawia, że ludziom coraz trudniej się od siebie różnić i ze sobą rozmawiać, co znajduje swoje odzwierciedlenie w funkcjonowaniu całych społeczności.

Istnieje wiele opracowań i publikacji na temat mechanizmów filtrujących treści oraz opisujących problem „baniek” filtrujących, jednakże niewiele

z nich zawiera perspektywę teologiczną, mogącą stanowić pomoc dla katolików aktywnych w cyberprzestrzeni. Aktualność zagadnienia i charakter teologii pastoralnej jako nauki stosowanej, stanowią dobry fundament dla niniejszego artykułu, którego celem jest próba wskazania sposobów zachowania wolności pomimo wysoce prosperujących „baniek” filtrujących i informacyjnych. Do jego realizacji zostaną wykorzystane narzędzia teologii pastoralnej i nauk pomocniczych, natomiast jego istotnymi komponentami będą: 1) przybliżenie informacji na temat algorytmów filtrujących treści; 2) zwrócenie uwagi na problem bańki informacyjnej i filtrującej; oraz 3) przedstawienie podejmowanego zagadnienia w perspektywie teologii pastoralnej.

### Algorytmy filtrujące treści

Według *Open Vault's Broadband Insight Report* w czwartym kwartale 2022 r., przeciętne gospodarstwo domowe w Stanach Zjednoczonych zużywało 586,7 GB danych internetowych każdego miesiąca, co stanowi wzrost o 9,4% w stosunku do roku 2021 (Layton, 2023, [23.03.2023]). Warto w tym miejscu zwrócić uwagę na tempo, w jakim dokonywało się zwiększenie zużycia danych w latach 2010–2023, co ilustruje poniższa tabela.

**Tabela 1**

Rok	Średnie miesięczne zużycie łącza szerokopasmowego przez gospodarstwa domowe
2023	587 GB
2022	513,8 GB
2020	344 GB
2018	268 GB
2016	97 GB
2014	40 GB
2012	25 GB
2010	9 GB

**Źródło:** *OpenVault's Broadband Insights Report*.

Powyższe zestawienie jednoznacznie wskazuje, że mieszkańcy Stanów Zjednoczonych (choć trend zdaje się być podobny również w Polsce; Główny

Urząd Statystyczny, 2021, [23.03.2023])<sup>1</sup>, w stosunkowo krótkim czasie otworzyli swoje umysły na wręcz zatrważającą ilość cyfrowych zasobów. Biorąc pod uwagę wyliczenia podane przez Teradata.com, mówiące, że 10 terabajtów może pomieścić całą drukowaną kolekcję Biblioteki Kongresu Stanów Zjednoczonych, a w jednym terabajcie może zmieścić się 1000 kopii *Encyklopedii Britannica* (Teradata, b.r.w., [23.03.2023]), można pokusić się o wniosek, że przeciętne amerykańskie gospodarstwo domowe w ciągu miesiąca przyswaja ilość informacji podobną do zawartej w pięciuset kopiach encyklopedii wszech czasów, zawierającej w ostatnim wydaniu z 2010 r. 18 251 stron, na których znalazło się ponad 40 000 artykułów. Już sama myśl o takiej ilości może powodować uczucie przytłoczenia, stąd naturalną konsekwencją opisywanego zjawiska było pojawienie się mechanizmów filtrujących treści, mających na celu uproszczenie procesu przyswajania informacji przez użytkowników.

Dzięki odpowiednio opracowanym algorytmom, rozumianym najczęściej jako „zdefiniowane zbiory instrukcji, które prowadzą do rozwiązania problemu lub wykonania określonego zadania w skończonej liczbie kroków” (Cromen [i in.], 2012, 4), powstały liczne narzędzia pomagające w filtrowaniu i selekcjonowaniu informacji. Algorytmy filtrujące, często oparte na sztucznej inteligencji, umożliwiają personalizację wyświetlanych zawartości, a także minimalizują ryzyko przypadkowego narażenia na niepożądane treści. Warto jednak pamiętać, że algorytm, o którym tutaj mowa jest niczym innym, jak tylko oprogramowaniem służącym do podejmowania decyzji. „Jak w przypadku innych typów podejmowania decyzji, ich jakość – wynik – zależy od tego, jakiego rodzaju dane zostały wprowadzone do algorytmu oraz od jakości samego algorytmu” (Mazur, 2021, 34).

Algorytmy filtrujące wykorzystują różne techniki oraz są szeroko stosowane w rozmaitych dziedzinach życia, takich jak reklama online, analiza danych społecznościowych, rekomendacje produktów, analiza rynku finansowego i wiele innych. To właśnie na nich opiera się funkcjonowanie serwisów społecznościowych i wyszukiwarek. Dla przykładu „gdy jesteś online, Google zbiera informacje o odwiedzanych przez ciebie stronach i wykorzystuje te dane do podjęcia decyzji o tym, jakie reklamy ci pokazać. Wyszukaj Hiszpanię, a w ciągu najbliższych paru dni zobaczysz kilka reklam

---

<sup>1</sup> Według raportu Głównego Urzędu Statystycznego w 2021 roku 91,7% polskich gospodarstw domowych miało dostęp do internetu szerokopasmowego, z czego 83,6% korzystało z internetu regularnie, zaś 73,7% codziennie lub prawie codziennie. Powyższe liczby mogą sugerować, że również w Polsce przyswaja się znaczną ilość danych internetowych.

wakacji, które możesz chcieć tam spędzić. Wyszukaj piłkę nożną, a na ekranie zaczną pojawiać się więcej stron oferujących możliwość stawiania zakładów. Wyszukaj informacje o zagrożeniach algorytmami czarnych skrzynek, a otrzymasz ofertę prenumeraty «New York Timesa»» (Sumpter, 2019, 18).

To właśnie algorytmy filtrujące odpowiadają za personalizację treści, którą Google opisuje w następujący sposób: „Dzięki personalizacji otrzymujesz od nas wyniki wyszukiwania Google dostosowane do Twojej aktywności. Używamy jej tylko wtedy, gdy umożliwi uzyskanie bardziej trafnych i przydatnych informacji. Na tej stronie wyjaśniamy, jak Google wyświetla spersonalizowane wyniki i jak możesz nimi zarządzać. Wskazówka: wyniki wyszukiwania mogą różnić się w zależności od użytkownika z powodów innych niż personalizacja (może chodzić np. o ustawienia języka czy wyniki dostosowane do lokalnego rynku)” (Centrum Pomocy Google, b.r.w., [2.04.2023]). Oprócz tego, twórcy wyszukiwarki zaznaczają, że „personalizacja nie ma wpływu na wszystkie wyniki wyszukiwania. Niektóre wyniki mogą być spersonalizowane, a inne nie. Jeśli wynik jest spersonalizowany, w panelu «O tym wyniku» zobaczysz komunikat «Wynik spersonalizowany». Brak takiego komunikatu oznacza, że wynik nie jest spersonalizowany. Czasami podczas korzystania z funkcji wyszukiwania możesz uzyskać wiele spersonalizowanych wyników. Jeśli na przykład wpiszesz «co obejrzeć», rekomendacje mogą być spersonalizowane” (Centrum Pomocy Google, b.r.w.), [2.04.2023].

Innym przykładem działania algorytmów filtrujących może być popularna aplikacja mobilna TikTok. Pierwszym krokiem po jej zainstalowaniu jest personalizacja początkowej strony: po zalogowaniu, algorytm wyświetla użytkownikowi pierwszą stronę z zestawem filmów wybranych na podstawie interakcji i preferencji zaznaczonych na ekranie startowym, następnie algorytm ocenia użytkownika na podstawie interakcji z filmami, które polubił, udostępnił lub przejrzał do końca. Drugim krokiem jest analiza zachowania użytkownika: wówczas mechanizm zbiera informacje o tym, jakie filmy użytkownik ogląda, ile czasu spędza na każdym z filmów, jakie są interakcje z treściami (np. polubienie, komentarz, udostępnienie, przewinięcie) i jak długo użytkownik przegląda poszczególne filmy. Kolejnym etapem działania algorytmu jest wykrywanie preferencji użytkownika: na podstawie analizy zachowań użytkownika, algorytm TikToka wykrywa preferencje i zainteresowania, aby personalizować strumień filmów. Na przykład, jeśli użytkownik często przegląda filmy związane z tańcem, to algorytm będzie wyświetlał więcej filmów o tańcu na jego strumieniu. Czwartym krokiem jest ocena jakości treści: na tym etapie dokonuje się analiza zawartości, które są

publikowane, aby wybierać z nich filmy, które mają szansę zainteresować użytkownika. Algorytm sprawdza m.in. liczbę wyświetleń, czas spędzony na oglądaniu, komentarze i udostępnienia. Ostatni etap to dostarczanie treści: algorytm wykorzystuje zebrane informacje, aby dostarczyć użytkownikowi zestaw filmów, których oczekuje, co zwiększa szanse na związanie go z opisywaną platformą na długi czas (Fraser, 2022, [15.04.2023]).

Kolejnym przykładem działania mechanizmów filtrujących jest Facebook. Każdy jego użytkownik trafia na starannie wyselekcjonowane reklamy. Po rozwinięciu informacji dotyczących wyświetlanego banneru może z łatwością odkryć, dlaczego jego oczom ukazuje się konkretna zawartość. „Dlaczego widzisz tę reklamę? «Marka samochodów X» chce dotrzeć do osób takich jak Ty, które wykazały zainteresowanie następującymi tematami: Pojazdy, Samochody i inne; określili, że są w wieku co najmniej 18 lat; oraz mają ustawioną podstawową lokalizację na: Polska”<sup>2</sup>. Podobne sformułowania może znaleźć każdy użytkownik popularnego serwisu społecznościowego. Może również przeczytać dodatkowe informacje na temat personalizacji wyświetlanych treści reklamowych: „Wyświetlane Ci reklamy mogą być dobierane na podstawie wyborów innych reklamodawców, Twojego profilu i aktywności, takich jak odwiedzone witryny internetowe i reklamy, z którymi wchodzisz w interakcję, a także innych informacji, które nie zostały tutaj wymienione” (Facebook, b.r.w., [5.05.2023]).

Biorąc pod uwagę powyższe informacje można dostrzec, że działanie mechanizmów filtrujących posiada pewien ogólny schemat funkcjonowania, w którym można wyróżnić kilka elementów:

- 1) Zbieranie danych – pierwszym krokiem jest zebranie danych, które mają być poddane analizie i filtracji. Mogą to być np. dane pochodzące z serwisów społecznościowych, przeglądanych stron internetowych, dane transakcyjne itp.
- 2) Wstępne przetwarzanie danych, które ma na celu oczyszczenie ich ze zbędnych informacji, takich jak błędy, duplikaty czy niepotrzebne metadane.
- 3) Analiza i klasyfikacja – następnie dane są poddawane analizie i klasyfikacji na podstawie określonych kryteriów. W zależności od rodzaju filtracji, algorytmy mogą np. analizować polubienia lub czas przeglądania treści wideo.

---

<sup>2</sup> Treść wpisu pochodzi z prywatnego konta w serwisie Facebook, jednakże każdy użytkownik tego portalu może bez trudu sprawdzić dostosowane dla niego wyniki wyświetleń.

- 4) Wybieranie i oznaczanie – w kolejnym kroku algorytm wybiera dane, które spełniają określone kryteria filtracji i oznacza je jako dane, które mają być wyświetlone lub odrzucone.
- 5) Poprawa skuteczności filtracji poprzez analizowanie zachowań użytkowników, wykrywanie wzorców wyświetlania i dostosowywanie kryteriów do zmieniających się trendów i preferencji.
- 6) Wynik – na końcu algorytm filtrujący prezentuje użytkownikowi wybrane dla niego materiały.

Innymi słowy, algorytmy filtrujące stanowią narzędzie decydujące o tym, jakie treści odbiorca może lub powinien obejrzeć, a jakich nie (Kosińska, 2019, 100). Mimo iż są to programy przygotowywane przez ludzi, to jednak ich skuteczność zależy od ilości i jakości danych, które pochodzą od użytkowników. „Dokarmiany” algorytm uczy się więc preferencji użytkownika, aby podpowiadać mu jedynie to, co wiąże się z obszarem jego zainteresowań, zaś jego skuteczność zależy od ilości i jakości danych, które są wykorzystywane dla jego treningu.

Istnienie mechanizmów filtrujących treści jest współcześnie czymś oczywistym, choć samo ich działanie w wielu przypadkach chronione jest pilnie strzeżoną tajemnicą marketingową oraz dokonuje się poza kontrolą użytkownika. Znaczna część użytkowników nowych mediów zwraca również uwagę na sytuacje, w których rozmawiając o życiu społecznym, kulturalnym lub o jakimś produkcie, po pewnym czasie otrzymuje spersonalizowane newsy lub reklamy dotyczące przedmiotu rozmów (Olesińska, 2022, [20.04.2023]). „Decydowanie o tym, co widać, a co zostaje ukryte we współczesnej rzeczywistości, to władza nad wiedzą, a czasem nawet tożsamością niektórych osób. W pewnym sensie, jeżeli algorytm na to nie pozwoli, niektóre treści nigdy nie zostaną zauważone przez szerszą publiczność. W dodatku jest to siła bezosobowa i niewidzialna, a tym samym na co dzień niezauważalna” (Olesińska, 2022, [20.04.2023]).

Mimo że algorytmy filtrujące w swoich założeniach mają chronić użytkowników np. przed niebezpiecznymi lub wrażliwymi materiałami, to jednak często tego nie robią. Potwierdzeniem powyższego zjawiska jest m.in. algorytm istniejącego od 2005 r. serwisu YouTube, który niejednokrotnie udowodnił, że jego obliczenia nie zawsze stoją na straży bezpieczeństwa odbiorcy (Olesińska, 2022, [20.04.2023]). Według badań fundacji Mozilla wciśnięcie przycisku „nie lubię” w serwisie YouTube, czyli tzw. łapka w dół, miało wpływać na zmniejszenie ilości niechcianych treści w proponowanych przez algorytmy materiałach jedynie o 12%; 11% skuteczności wykazywało

korzystanie z przycisku „nie interesuje mnie to” przy proponowanych filmikach; 29% – wyrzucanie obejrzanego wcześniej nagrania z historii obejrzanych na YouTube materiałów. Dopiero wciśnięcie przycisku „nie polecaj tego kanału” okazało się efektywne w 43% przypadków (Chwistek, 2022, [15.03.2023]). Powyższy opis wskazuje więc, że próby poskromienia niesforne go algorytmu, który lubi wymykać się ustawieniom wskazywanym przez użytkowników, nie zawsze przynosiły oczekiwane rezultaty.

### **Problem bańki informacyjnej i bańki filtrującej**

Jak zostało wcześniej powiedziane, algorytmy filtrujące treści do swojego działania potrzebują konkretnych danych. Użytkownik korzystając z wyszukiwarek lub mediów społecznościowych dostarcza im wielu informacji o sobie, takich jak np.: lokalizacja, płeć, wiek, wykształcenie, zainteresowania, poglądy polityczne, odwiedzone miejsca, zakupione produkty i wiele innych. Wszystko to znajduje swoje odzwierciedlenie w spersonalizowanych wynikach wyświetleń, które oddziałują na sposób postrzegania świata. Użytkownik otrzymuje odpowiednio przygotowane treści często jedynie dlatego, że wpisuje się w system działania algorytmu, czego dobrą ilustracją jest opisane wcześniej działanie reklam na Facebooku.

Należy jednak pamiętać, że algorytmy filtrujące nie są stworzone tylko po to, aby podpowiadać spersonalizowane reklamy, ale także by porządkować treści dostępne w zasobach internetowych. Ich działanie opiera się na filtracji, która bywa niedoskonała i niejednokrotnie ogranicza możliwość panoramicznego postrzegania świata (Szpunar, 2018, 193). Dotyczy to wielu obszarów życia, wśród których szczególne miejsce zajmuje polityka. Jeżeli zarejestrowana w Polsce partia polityczna układa swój program wyborczy w taki sposób, aby dotrzeć do młodych, aktywnych zawodowo osób, wystarczy, że reklamując swój „produkt” zatroszczy się o to, aby był on wyświetlany osobom pomiędzy 25 a 40 rokiem życia, posiadającym wyższe wykształcenie oraz mieszkającym na terenie Polski. Wówczas użytkownicy spełniający określone wymogi otrzymają wyselekcjonowaną dla nich treść, która jeśli okaże się interesująca i przykuje ich uwagę na dłużej, stanie się dla algorytmu sygnałem, że podobne materiały warto wyświetlać w przyszłości. Takie działanie może wpłynąć na preferencje polityczne, a nawet na decyzje wyborcze, w konsekwencji prowadząc użytkownika do swoistego „uwięzienia” w systemie politycznym jednej partii czy wręcz szuryzmu, zamykając go jednocześnie na ofertę innej strony sceny politycznej (Nowak, 2021, 69).



Opisany problem znajduje swoje odzwierciedlenie także wśród zwolenników teorii spiskowych. Włoska matematyczka, Michela del Vicario, wraz z grupą badaczy z Laboratorium Obliczeniowych Nauk Społecznych w Lukce we Włoszech, poddała analizie 34 włoskie strony na Facebooku udostępniające informacje o badaniach naukowych oraz 39 stron zawierających teorie spiskowe. Naukowcy analizowali, w jaki sposób użytkownicy Facebooka reagują na przeglądane treści, które z nich są najczęściej udostępniane, komentowane czy „lajkowane”. Wyniki badań przyniosły następujące wnioski: 1) istnieje widoczna polaryzacja między tymi dwiema społecznościami; 2) „Ludzie, którzy „lubią” i udostępniają informacje naukowe, rzadko „lubią” i udostępniają teorie spiskowe, i *vice versa* [...]; 3) Im więcej artykułów z teoriami spiskowymi dana osoba udostępniła, tym więcej takich historii będzie udostępniała i tym więcej będzie wchodziła w interakcje z innymi ludźmi zainteresowanymi teoriami spiskowymi” (Sumpter, 2019, 144).

Opisane wyżej zjawiska dotyczą problemu tzw. bańki informacyjnej i bańki filtrującej. Wiele opracowań i haseł dostępnych w zasobach bibliotecznych i internetowych sugeruje, że bańka filtrująca (ang. *filter bubble*) i bańka informacyjna to pojęcia synonimiczne (Wilkowski, b.r.w., [27.03.2023]). Nie wszyscy jednak podzielają powyższą opinię. Według niektórych badaczy, bańka informacyjna jest pojęciem szerszym, dotyczącym zamknięcia jednostki na zróżnicowane źródła informacji, zaś bańka filtrująca kojarzona jest zazwyczaj z funkcjonowaniem opisywanych wcześniej algorytmów filtrujących treści, ograniczających ich dywersyfikację (Popiołek, Sroka, 2019, 161). Bańka informacyjna może być konsekwencją bańki filtrującej, jednakże aby zostać w niej uwięzionym nie trzeba wykorzystywać technologii – wystarczy bowiem aprobować jedynie poglądy wybranej przez siebie grupy osób, np. rodziny, przyjaciół, wspólnoty lub tych, których sposób postrzegania świata jest tożsamy z naszym, co zresztą jest naturalną skłonnością człowieka. Powyższą kwestię dobrze obrazuje terminologia wprowadzona przez Richarda Fletchera dotycząca personalizacji. Badacz dokonał jej podziału na „personalizację samodzielnego wyboru (*self-selected personalization*) i personalizację przed wyborem (*pre-selected personalization*). Ta pierwsza jest dokonywana samodzielnie przez czytelników poprzez wybór konkretnej gazety, portalu czy stacji telewizyjnej i konsumpcję informacji z tego źródła. Ta druga dotyczy głównie algorytmów – jest robiona dla człowieka, a nie przez człowieka” (Nowak, 2021, 66).

Mówiąc o mechanizmach filtrujących o wiele istotniejszym zdaje się więc być pojęcie bańki filtrującej. Termin *filter bubble* zdefiniował w 2011 roku Eli

Pariser w swojej książce zatytułowanej *The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You*. Autor użył tego terminu również w trakcie konferencji TED Talk mającej miejsce w tym samym roku (Pariser, 2011, 9), aby opisać zjawisko polegające na ograniczaniu dostępu użytkownika do różnorodnych perspektyw i opinii, którego źródłem są funkcjonujące w sieci internetowej algorytmy filtrujące. Według niego, to właśnie one tworzą „osobisty, unikatowy wszechświat informacji, w którym żyjesz w sieci. To, co się w nim znajduje, zależy od tego, kim jesteś i co robisz. Ale rzecz w tym, że to nie Ty decydujesz, co się tam znajdzie. A co ważniejsze, nie widzisz, co zostaje usunięte” (Pariser, 2011, 9). Według Magdaleny Szpunar, aby lepiej zrozumieć, na czym polega opisywane przez Parisera zjawisko, należy zwrócić uwagę na trzy elementy opisujące funkcjonowanie owego mechanizmu. „Pierwszy z nich ma znaczenie nadrzędne. Mówi on bowiem o tym, iż w bańce informacyjnej znajdujemy się sami; nawet wtedy, gdy istnieje grono osób o podobnych do naszych zainteresowaniach, to nie otrzymują one tożsamego z naszym zestawu treści. Drugą immanentną właściwością bańki informacyjnej jest jej transparentność, co oznacza, że najczęściej w ogóle nie zauważamy jej istnienia. Z tej własności wynika trzecia jej cecha, a mianowicie znalezienie się w niej odbywa się poza naszą wolą” (Szpunar, 2018, 194).

Zjawisko bańki filtrującej dostarcza często ambiwalentnych odczuć. Z jednej strony jej obecność oprócz tego, że pozwala ograniczyć ilość internetowych zasobów, to przede wszystkim pomaga lepiej dopasowywać wyniki wyszukiwania do oczekiwań użytkowników, dając tym samym możliwości efektywniejszego zarządzania informacją. Jednakże z drugiej strony zjawisko to postrzegane jest negatywnie, gdyż w wielu przypadkach jednostka otrzymuje treści, których sama by nie wyszukała. Pozostawanie w bańce filtrującej często prowadzi więc do radykalizacji i homogenizacji poglądów, różnego rodzaju ekstremizmów, rozwijaniu narcystycznych postaw oraz społecznej izolacji, przez co zdanie drugiego człowieka przestaje mieć większe znaczenie. Taki stan rzeczy w konsekwencji może prowadzić do różnego rodzaju sporów (Szpunar, 2018, 194).

Zdaniem Tomasza Markiewki powyższy pogląd nie do końca jest właściwy. Publicysta powołując się na wyniki naukowych dociekań Pettera Törnberga z uniwersytetu w Amsterdamie, specjalizującego się w badaniu konfliktów społecznych, odniósł się do najnowszych badań mówiących, że „użytkownicy mediów społecznościowych wchodzą w kontakt z ludźmi o innych poglądach częściej, a nie rzadziej niż ci, którzy z tych mediów nie korzystają. Ponadto konflikty społeczne pogłębiają się właśnie dlatego, że

ludzie wchodzą w mediach społecznościowych w interakcje z osobami o innych poglądach – innymi słowy, właśnie dlatego, że wychodzą poza swoje bańki” (Markiewka, 2023, [26.03.2023]). Szczególnie interesujące zdaje się być jednak podsumowanie posta Markiewki: „Po prostu media społecznościowe to słabe miejsca do spotkania z ludźmi o innych poglądach. Weźcie takiego Twittera (moim zdaniem najgorsza platforma do wychodzenia poza bańkę). Komunikaty są tam krótkie, konstrukcja portalu nakłania do *hot take’ów* i nabijania sobie lajków, a wszyscy dyskutanci mają świadomość, że ich interakcje są obserwowane przez innych, w związku z czym każda dyskusja zamienia się w rywalizację, a nie próbę wzajemnego zrozumienia. Być może więc najlepsze, co możecie zrobić w mediach społecznościowych, to pielęgnować swoje bańki, a sposobności do otwarcia się na nowe perspektywy najlepiej szukać gdzie indziej” (Markiewka, 2023, [26.03.2023]).

Wobec powyższych słów warto zwrócić uwagę na jeszcze jeden ze „skutków ubocznych” baniek filtrujących, a mianowicie na zjawisko tzw. komór pogłosowych (ang. *echo chamber*), które można opisać również za pomocą popularnego sformułowania „kółka wzajemnej adoracji”. Znaczna liczba newsów lub fakenewsów, dostępnych w zasobach internetowych sprawia, że ich odbiorcy powtarzają to, co powiedzieli już inni. „Zjawisko to nie jest zamierzonym efektem ubocznym współczesnej praktyki dziennikarskiej, ale konsekwencją powstawania zamkniętej przestrzeni komunikacyjnej, która może potencjalnie generować nowe wiadomości o podobnej treści i izolować je od jakiegokolwiek formy krytyki” (Idzik, Klepka, 2021, 204). Komory pogłosowe mogą pogłębiać polaryzację poglądów. „Na przykład organizacje informacyjne i kampanie polityczne coraz częściej zachęcają swoich odbiorców online do formowania grup społecznych i forów dyskusyjnych wokół tematów będących przedmiotem wspólnego zainteresowania. Naukowcy twierdzą, że ta aktywność wytwarza społeczne enklawy ludzi o podobnych poglądach, które ostatecznie uniemożliwiają obywatelom spojrzenie różnych punktów widzenia i dzielenie się wspólnymi doświadczeniami. Internetowe grupy społeczne izolują siebie i swoje opinie od nowych wyzwań, co powoduje poszerzenie przepaści między skrajnymi stronami w kwestiach publicznych” (Idzik, Klepka, 2021, 209).

Badania DeepMind – brytyjskiego przedsiębiorstwa zajmującego się sztuczną inteligencją wykazały, że bez trudu można udowodnić ścisłą zależność pomiędzy skutecznością algorytmów sugestii, a szczelnością bańki filtrującej (Olanicki, 2019, [20.04.2023]). „Jeśli przyjmujemy, że usługa jest tym lepsza, im bardziej dostosowana do użytkownika, to łatwo wyciągnąć

wniosek, że im lepsza jest, tym bardziej separuje go od świata zewnętrznego i zamyka w zamkniętej puli treści znanych i lubianych” (Olanicki, 2019, [20.04.2023]). Widać zatem, że pomimo różnych opinii na temat prosperowania baniek filtrujących, niosą one za sobą sporo niebezpieczeństw, dlatego też niezbędna zdaje się być świadomość podejmowanych decyzji i wyborów, związanych z przyswajaniem określonych treści oraz przede wszystkim pogłębianie wiedzy na temat działania algorytmów filtrujących.

### **Ukazanie podjętego problemu w perspektywie teologii pastoralnej**

Ostatnia część niniejszego artykułu ukazuje podejmowane wcześniej kwestie w perspektywie teologicznej. Teologia pastoralna, pretendująca do tego, by nazywać ją teologią stosowaną, jak zostało powiedziane we wstępie, ma na celu niesienie pomocy człowiekowi, zmagającemu się z różnego rodzaju problemami przenikającymi jego codzienność. Dlatego też przy jej pomocy poddano szerszej analizie kwestię wolności, na którą mogą oddziaływać różnego rodzaju algorytmy filtrujące.

Żyjący w XIX w. angielski filozof John Stuart Mill, w rozprawie *O wolności*, zawarł następujące słowa: „Ten kto zna jedynie swoją stronę sprawy, ten niewiele wie. Jego argumenty mogą być dobre i być może nikt nie potrafił ich obalić, ale jeśli on również nie potrafi obalić argumentów strony przeciwnej, jeśli nawet nie wie, jakie one są, to nie ma podstaw do przedkładania jednej opinii ponad drugą” (Mill, 2001, 35). Ponad sto lat później papież Jan Paweł II w czasie ceremonii pożegnalnej przed Bramą Brandenburską, 23 czerwca 1996 r., powiedział, że „wolność jest w niebezpieczeństwie tam, gdzie ludzie ograniczają swe spojrzenie tylko do kręgu własnego życia [...]” (Jan Paweł II, 1996, [21.04.2023]). Mimo że zestawienie tych dwóch postaci może wydawać się kontrowersyjne, to jednak trudno odmówić im umiejętnej diagnozy rzeczywistości: tam gdzie człowiek widzi jedynie „czubek własnego nosa”, tam wolność narażona jest na niebezpieczeństwo. W ten sposób ich konstatacje okazały się profetyczne, szczególnie w kontekście baniek informacyjnych i filtrujących, które stały się dla wielu osób swoistym więzieniem. Cyfrowi obywatele choć pozornie wolni, często pozostają zamknięci na poglądy innych, niekiedy wręcz całkowicie zatracając zdolność do stanięcia ponad podziałami dotyczącymi polityki, ekonomii, edukacji, Kościoła, a nawet sportu. Uwięzieni w swojej bańce, pielęgnują ograniczony obraz świata, stając się niejako niewolnikami algorytmów.

Oczywistym jest to, że dobrodziejstwa XXI w. dały człowiekowi niespotykane dotąd możliwości i otworzyły go na zupełnie nowy rodzaj bytowania – pozbawiony ograniczeń, barier i limitów. Niestety okazało się, że główną granicą jest sam człowiek – jego natura i skończone możliwości percepcji. Nadmiar informacji prowadzi do problemów ze skupieniem, ilość przyswajanych danych pozbawia człowieka zdolności do refleksji i analizy, a poczucie wolności okazuje się iluzoryczne. „Wynika to z faktu, że za cenę prostoty w korzystaniu ze współczesnych technologii teleinformatycznych, jednostka pozbawia się możliwości kontroli nad wykorzystywanymi aplikacjami, zwłaszcza sieciowymi. Można przypuszczać, że problem ten będzie narastał. Stopień trudności, jakim cechują się od strony programowej współczesne aplikacje powoduje, że nie istnieje możliwość opanowania zawichości tych aplikacji przez zwykłego użytkownika cyberprzestrzeni” (Iskierka [i in.], 2014, 180).

Oznacza to, że sytuacja zdaje się być naprawdę poważna i dotyczy wszystkich osób korzystających z internetu. Powyższy problem dotyczy także wspólnoty Kościoła, przed czym przestrzegał papież Franciszek: „Musimy być czujni także w kwestii zamknięcia w Kościele. Ponieważ diabeł sprawia podziały – to właśnie oznacza słowo «diabeł» – zawsze sugeruje podejrzenia, by dzielić i wykluczać. Próbuje to czynić posługując się przebiegłością, i może się zdarzyć, jak owym uczniom, którzy posunęli się tak daleko, że wykluczali nawet tych, którzy wypędzali samego diabła! Czasami także i my, zamiast być wspólnotami pokornymi i otwartymi, możemy sprawiać wrażenie, że jesteśmy «prymusami w klasie» i trzymać innych na dystans; zamiast starać się iść z każdym, możemy pokazać nasz «dyplom wierzących», «jestem wierzący», «jestem katolikiem», «jestem katoliczką», «należę do tego stowarzyszenia, do drugiego...»; a inni biedni ludzie nie. To jest grzech! Popisywanie się «dyplomem z wiary», by osądzać i wykluczać [...]. Niech Bóg zachowa nas od mentalności «gniazda», czyli zazdrosnego chronienia się w małej grupie tych, którzy uważają siebie za dobrych” (Franciszek, 2021, [18.03.2023]).

Wszystko to nie napawa optymizmem, stąd istnieje potrzeba głębokiej refleksji nad podejmowanym zagadnieniem. Dla wielu osób rozwiązanie problemu może być proste. Mechanizmy filtrujące przecież nie naruszają wyborów człowieka – nadal może on podjąć próbę złamania algorytmu podpowiadającego określony kontent, bacznie analizować przeglądane treści, poszukiwać alternatywnych tekstów. Wszystko to jednak może okazać się niewystarczające. Dlatego też potrzeba głęboko zakorzenionego, wewnętrznego przekonania, mówiącego, że warto poszerzać własne spojrzenie na świat. Wobec powyższego niezwykle cenne zdaje się być nauczanie Kościoła,

który głosi, że „wolność jest zakorzenioną w rozumie i woli możliwością działania lub niedziałania, czynienia tego lub czegoś innego, a więc podejmowania przez siebie dobrowolnych działań. Dzięki wolnej woli każdy decyduje o sobie. Wolność jest w człowieku siłą wzrastania i dojrzewania w prawdzie i dobru; osiąga ona swoją doskonałość, gdy jest ukierunkowana na Boga, który jest naszym szczęściem” (KKK, 1731).

Oznacza to, że człowiek w pierwszej kolejności powinien dostrzec, jaki jest cel jego zmagania. Jeżeli odkryje, że każda jego aktywność ma służyć do osiągnięcia szczęścia, a więc do Boga, ma szansę, by „wzrastać i dojrzewać w prawdzie i dobru”. Innymi słowy: „pierwszym krokiem w kierunku wyzwolenia duchowego jest nie tyle świadomość tego, co znajduje się na końcu drogi – doświadczenie Boga – ile wyraźne zobaczenie wszelkich przeszkód niedopuszczających do wyzwolenia duchowego już na początku drogi, zauważenie w sobie tych tendencji, zwyczajów i postaw, które obracają nas przeciw Bogu i czynią z nas prawdziwych nieszczęśliwych” (Pennington, 1999, 50). Troska o przebijanie baniek informacyjnych i filtrujących może okazać się więc potrzebna szczególnie wtedy, gdy pojawia się doświadczenie braku radości. Człowiek uwięziony w bańce rozpacz, w której nie liczy się ani Bóg, ani tym bardziej bliźni, chcąc doświadczyć szczęścia, powinien więc podjąć refleksję na własnym sposobem myślenia.

Dostrzegając więc rodzaj zniewolenia związany z mechanizmami filtrującymi warto sięgać do duchowych przewodników, którzy stanowią nieocenioną pomoc w procesie pracy nad sobą. Jednym z nich jest św. Ignacy Loyola, zalecający w swoich ćwiczeniach duchowych świętą obojętność. Według niego „obojętność” jest równoznaczna z „wolnością ducha”, zorientowaną całkowicie na cel ostateczny. Chodzi więc o to, by pragnąć i wybierać w życiu to, co pomaga człowiekowi dojść do Boga oraz uwolnić się od wszystkiego, co do Boga nie prowadzi (Gershake, 2020, 23). Mowa więc o ignacjańskiej zasadzie *tantum quantum*, oznaczającej: „o tyle, o ile”. Podążając za nią „człowiek powinien używać rzeczy, w takim stopniu, w jakim go wspomagają w zmierzaniu do jego celu, którym jest Bóg, a w takim stopniu się ich pozbywać, w jakim mu w dążeniu do celu przeszkadzają. Toteż musimy się stawać obojętnymi wobec wszystkich rzeczy stworzonych, jeżeli to zostało pozostawione całkowicie swobodnej decyzji naszej wolnej woli, a nie zostało zakazane. Tak więc chodzi o to, byśmy ze swojej strony nie pragnęli bardziej zdrowia niż choroby, bogactwa niż ubóstwa, szacunku niż pogardy, życia długiego niż krótkiego; i – co za tym idzie – byśmy spośród wszystkich pozostałych rzeczy pragnęli tylko tego i to tylko wybierali, co nas bardziej prowadzi do celu, dla którego zostaliśmy

stworzeni” (Loyola, 1996, n. 23, [21.04.2023]). Ignacjańska obojętność oznacza więc wejście w proces oczyszczenia, polegającego na odkrywaniu swojego życiowego celu oraz dostosowywaniu do niego swoich działań.

Wobec powyższego można zauważyć, że funkcjonowanie w przestrzeni internetowej domaga się ciągłego pogłębiania własnej świadomości. Kluczowymi mogą okazać się zatem pytania: czy korzystam z internetu w sposób całkowicie wolny; czy potrafię wybierać to, co służy mojemu rozwojowi; czy w sposób właściwy dążę do życiowego celu, którym jest Bóg? Dobrym zwieńczeniem tej części pracy zdają się być słowa św. Pawła: „Ku wolności wyswobodził nas Chrystus. A zatem trwajcie w niej i nie poddawajcie się na nowo pod jarzmo niewoli!” (Ga 5, 1).

\* \* \*

Konkludując niniejsze opracowanie można powiedzieć, że algorytmy filtrujące treści są ważnym narzędziem w internecie, jednakże należy zachować ostrożność w ich stosowaniu, aby uniknąć potencjalnych zagrożeń. Konieczna jest równowaga pomiędzy ochroną użytkowników a wolnością słowa i dostępem do informacji, co powinno stanowić priorytet właścicieli platform internetowych. Istotne jest również to, aby w swoich działaniach twórcy przestrzeni internetowej zapewniali jej użytkownikom przejrzystość i dostępność informacji o działaniu algorytmów filtrujących, tak, by wszyscy korzystający z dóbr cyfrowego świata byli świadomi związanych z nimi niebezpieczeństw. Trudno w tym miejscu nie przytoczyć powielanego postulatu dotyczącego potrzeby edukacji medialnej na wszystkich etapach kształcenia, dzięki której możliwe będzie poszerzanie horyzontów myślowych, umiejętne konfrontowanie własnych poglądów ze zdaniem innych w cyberprzestrzeni oraz troska o kształtowanie właściwych postaw wobec treści potencjalnie szkodliwych. Warto również pamiętać, że wyszukiwarki i media społecznościowe nie do końca są darmowe. „To stopniowa, drobna, niezauważalna zmiana w naszym zachowaniu i percepcji jest produktem [...]. To jedyne na czym mogą zarobić. Zmiana tego co robisz, co myślisz, kim jesteś”<sup>3</sup>. Potrzeba więc troski o wewnętrzną wolność, która może być jedynym gwarantem szczęścia i zbawienia.

---

<sup>3</sup> Cytat z filmu: *The social dilemma* – amerykańskiej produkcji, ukazującej, w jaki sposób media społecznościowe koncentrują się na maksymalizacji zysku, a także zdolność do manipulowania poglądami, emocjami i zachowaniami ich użytkowników oraz szerzenia teorii spiskowych i dezinformacji.

## BIBLIOGRAFIA

- Jan Paweł II, 1996, Przemówienie w czasie ceremonii pożegnania na lotnisku w Berlinie *Człowiek jest powołany do wolności*, 23 VI 1996, [https://opoka.org.pl/biblioteka/W/WP/jan\\_pawel\\_ii/przemowienia/niemcy\\_exit\\_23061996](https://opoka.org.pl/biblioteka/W/WP/jan_pawel_ii/przemowienia/niemcy_exit_23061996) [21.04.2023].
- Franciszek, 2021, Rozważanie przed modlitwą „Anioł Pański”, 26 IX 2021, <https://misyjne.pl/papiez-franciszek-wzywa-nie-zamykajmy-drzwi-dla-nadziei-imigrantow/> [18.03.2023].
- Katechizm Kościoła katolickiego*, 2002, Poznań.
- Chwistek M., 2022, Łapki w dół i przycisk „Nie interesuje mnie to” niewiele znaczą dla algorytmów YouTube, <https://www.komputerswiat.pl/aktualnosci/internet/lapki-w-dol-i-przycisk-nie-interesuje-mnie-to-niewiele-znacza-dla-algorytmow-youtube/9mq14f3> [15.03.2023].
- Cromen T., Leiserson Ch., Rivest R., Stein C., 2012, *Wprowadzenie do algorytmów*, Warszawa.
- Fraser M., 2023, *Algorytm TikToka. Jak działa i czy może być narzędziem wpływu*, <https://cyberdefence24.pl/cybermagazyn/cybermagazyn-algorytm-tiktoka-jak-dziala-i-czy-moze-byc-narzedziem-wplywu> [15.04.2023].
- Główny Urząd Statystyczny, 2021, *Spółczesność informacyjna w Polsce w 2021 r.*, <https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/nauka-i-technika-spoleczenstwo-informacyjne/spoleczenstwo-informacyjne/spoleczenstwo-informacyjne-w-polsce-w-2021-roku,1,15.html> [23.03.2023].
- Greshake G., 2020, *Ćwiczenia ignacjańskie i nadzieja wiary*, Kraków.
- Idzik J., Klepka R., 2021, *Bańka informacyjna i zjawisko echo chamber*, w: *Encyklopedia bezpieczeństwa*, t. 1, red. O. Wasiuta, S. Wasiuta, Kraków.
- Iskierka S., Krzemiński J., Weźgowiec Z., *Umiejętności informatyczne jednostki a jej wolność we współczesnej cyberprzestrzeni*, „Dydaktyka Informatyki”, z. 9, s. 172–181.
- Kosińska O., 2019, *Algorytm nigdy nie mruga. Wpływ algorytmu zarządzającego portalem YouTube na rzeczywistość społeczną*, „Kultura Współczesna”, z. 1, s. 99–111.
- Layton R., 2023 report: *Internet users are gobbling data by the half-terabyte*, <https://www.allconnect.com/blog/report-internet-use-over-half-terabyte> [23.03.2023].



- Loyola I., 1996, *Ćwiczenia duchowe*, Kraków.
- Markiewka T., 2023, *Post opublikowany 9 lutego 2023*, <https://www.facebook.com/tomasz.markiewka.7> [26.03.2023].
- Mazur J., 2021, *Algorytm jako informacja publiczna w prawie europejskim*, Warszawa.
- Mill J.S., 2001, *On Liberty*, Canada – Ontario.
- Nowak W., 2021, *Bańka filtrująca, bańka wyboru a bańka informacyjna. Próba podziatu, definicji i analizy zjawisk*, „Dyskurs & Dialog”, z. 2, s. 63–78.
- Olanicki M., 2019, *DeepMind: efekt bańki filtrującej napędzają „inteligentne” algorytmy sugerujące*, [https://teamquest.pl/blog/960\\_efekt-banki-filtrujacej-algorytmy-sugerujace](https://teamquest.pl/blog/960_efekt-banki-filtrujacej-algorytmy-sugerujace) [20.04.2023].
- Olesińska B., 2022, *Czy telefony nas podsłuchują? „Rozmawiałam o wózku dla dziecka, zaraz wyskoczyła mi reklama”*, <https://dziendobry.tvn.pl/styl-zycia/technologie/podsluch-w-telefonach-fantazja-czy-trik-reklamodawcow-5639415> [20.04.2023].
- Pariser E., 2011, *The filter bubble. What the internet is Hiding from You*, London.
- Pennington M.B., 1999, *Thomas Merton – brat, mnich. W poszukiwaniu prawdziwej wolności*, Bydgoszcz.
- Popiołek M., Sroka K., 2019, *Bańka filtrująca i świadomość mechanizmów jej funkcjonowania wśród młodzieży – wyniki badania przeprowadzonego wśród gimnazjalistów*, „Zarządzanie Mediami”, z. 7, s. 159–171.
- Sumpter D., 2019, *Osaczeni przez liczby. O algorytmach, które kontrolują nasze życie. Od Facebooka i Google’a po fake newsy i bańki filtrujące*, Kraków.
- Szpunar M., 2018, *Koncepcja bańki filtrującej a hipernarcyzm nowych mediów*, „Zeszyty Prasoznawcze”, z. 61, s. 191–200.
- Teradata, b.r.w, *What is a Terabyte?*, <https://www.teradata.com/Glossary/What-is-a-Terabyte> [23.03.2023].
- Wilkowski M., b.r.w., *Bańki informacyjne (filtrujące) i inne czynniki sprzyjające dezinformacji oraz manipulacji*, [https://hi-storylessons.eu/wp-content/uploads/2021/02/10\\_M.Wilkowski\\_Banki-informacyjne-filtrujace\\_PL-1.pdf](https://hi-storylessons.eu/wp-content/uploads/2021/02/10_M.Wilkowski_Banki-informacyjne-filtrujace_PL-1.pdf) [27.03.2023].