



Scenariusz zajęć dla trenerów pracujących z osobami dorosłymi

Ucieczka ze złotej klatki, czyli o bańce filtrującej i komorze echa

autor: Patryk Zakrzewski (Stowarzyszenie Demagog)

Dzięki udziałowi w warsztatach uczestnicy potrafią:

- o wskazać różnice między bańką filtrującą a komorą echa i opisać mechanizmy ich działania,
- o opisać swoje nawyki związane z odbiorem informacji i ocenić swoją dietę medialną w kategoriach różnorodności i zgodności z własnymi potrzebami,
- o stworzyć listę sposobów urozmaicenia swojej diety medialnej i wyjścia poza komory echa.

Wprowadzenie

Bez względu na to, kogo zaprosisz na swoje warsztaty, możesz być pewny/pewna – każdy z uczestników ma swój własny, niepowtarzalny zestaw nawyków związanych z konsumowaniem informacji oraz źródeł, z których korzysta. W dalszej części spotkania okaże się prawdopodobnie, że uczestnicy bez większego trudu są w stanie przywołać z pamięci konkretne media, audycje i programy, po które sięgają najczęściej. Niewielu będzie miało jednak świadomość, że na ostateczny kształt „diety medialnej” mają wpływ nie tylko ich własne decyzje, ale również mechanizmy odpowiadające za dobór treści w mediach społecznościowych oraz w wyszukiwarkach internetowych.

W przekazach medialnych coraz częściej stykamy się z terminem „bańka informacyjna”. Pod tym pojęciem kryje się zjawisko nieintencjonalnego izolowania się grup ludzi, do których docierają tylko niektóre treści,

wzmacniające ich dotychczasowe poglądy i tylko w niewielkim stopniu przywołujące argumenty pozostałych stron sporu, a w konsekwencji niepozwalające na spojrzenie na dany problem z szerszej perspektywy. Metafora bańki jest bardzo wymowna: z łatwością jesteśmy w stanie wyobrazić sobie mikroświaty różniące się od siebie zawartymi w nich zbiorami informacji.

W pojęciu „bańki informacyjnej” nie odnajdziemy jednak żadnych wskazówek dotyczących przyczyn tego zjawiska. W tym wypadku dużo bardziej pomocny będzie bliskoznaczny, choć nieco mniej popularny termin „bańka filtrująca” wskazujący na automatyczny proces filtrowania treści jako jedną z przyczyn „zamykania się w bańkach”. Algorytmy, czyli zasady działania platform społecznościowych oraz wyszukiwarek internetowych, to skomplikowane mechanizmy decydujące o tym, jakie treści docierają do odbiorcy w pierwszej kolejności. W procesie decyzyjnym wykorzystują setki zmiennych, w tym ślady cyfrowe pozostawione przez samych użytkowników (lokalizację, historię wyszukiwania i inne). Dzięki temu mogą dopasować wyświetlane treści do zainteresowań konkretnej osoby, zachęcając ją tym samym do dłuższego pozostawania na danej platformie, co skutkuje większą ekspozycją na publikowane tam reklamy. Takie dostosowanie treści do zainteresowań użytkownika nazywane jest personalizacją treści.

Poproś uczestników, aby zapoznali się z dwoma opisami sytuacji i wskazali ten, który ich zdaniem jest bliższy pojęciu „bańki filtrującej” (poprawna odpowiedź: sytuacja 2.) Na forum postarajcie się ustalić, jakie są podobieństwa i różnice między dwoma zaprezentowanymi mechanizmami (np. decyzja algorytmu vs. decyzja własna).

Sytuacja 1.

Krystyna dowiedziała się od swojej koleżanki, jak korzystać z Facebooka. Na portalu społecznościowym polubiła profile swoich znajomych i dołączyła do kilku grup skupionych wokół tematyki zdrowego stylu życia. Kilkakrotnie zostawiła swój komentarz pod intrygującymi postami o alternatywnych sposobach leczenia różnych dolegliwości. Za każdym razem wyrażała swoje zaskoczenie, że o takich możliwościach nie została poinformowana przez swojego lekarza. Pod swoimi komentarzami zebrała sporo polubień, a inni członkowie grupy natychmiast podzielili się podobnymi spostrzeżeniami.

Sytuacja 2.

Stanisław planuje wycieczkę do Dublinu. Aby dowiedzieć się więcej na temat irlandzkiej stolicy, wpisuje jej nazwę do wyszukiwarki internetowej. Ponieważ Dublin to również nazwa jego ulubionego pubu, do którego często wybiera się wraz z przyjaciółmi, to właśnie to miejsce pojawia się w wynikach wyszukiwania na samej górze listy. Stanisław musi przejść do kolejnych wyników, aby zdobyć informacje o interesującym go mieście.

Podsumowując zadanie, wyjaśnij, że nienazwany wcześniej mechanizm zaprezentowany w sytuacji 1. nosi nazwę „komory echa” (lub „komory pogłosowej”). I tym razem metafora skutecznie przywołuje obraz zamkniętego pomieszczenia, w którym raz wypowiedziany pogląd wraca do jego nadawcy w wielokrotny sposób. Z komorą echa mamy do czynienia wówczas, gdy wielokrotne powtarzanie tych samych treści w zamkniętym gronie osób, np. w grupie na portalu społecznościowym, skutkuje wzajemnym utwierdzaniem się w dotychczasowych racjach i ograniczaniem czy wręcz cenzurowaniem poglądów odmiennych. W takich warunkach wzmocniony zostaje tzw. efekt potwierdzenia, czyli skłonność do preferowania informacji, które są zgodne z wcześniejszymi przekonaniami jednostki, niezależnie od tego, czy te informacje są prawdziwe. Mechanizmy opisane powyżej zostały w przystępny sposób przedstawione w krótkim wideo twórców *Wojny Idei* ([link](#)) oraz w artykule "Internet mówi głupim, że mają rację" opublikowanym na łamach tygodnika *Przeгляд* ([link](#)).

Zastanówcie się wspólnie, jaki skutek dla debaty publicznej i szerzej – dla całego społeczeństwa może mieć zjawisko komór echa, spotęgowane powstaniem mediów społecznościowych. Wnioski z dyskusji zapiszcie w postaci mapy myśli (w wersji online – np. na wirtualnym whiteboardzie).

Uświadomienie sobie istnienia zjawisk bańki filtrującej i komory echa to dobry początek, ale nie ostatni krok w ograniczaniu ich wpływu na naszą „dieta medialną”. Najpierw należy jednak sprawdzić, w jakim zakresie uczestnicy warsztatu są wystawieni na działanie tych mechanizmów. W tym celu warto poświęcić dłuższą chwilę na przyjrzenie się własnym nawykom związanym z konsumowaniem informacji oraz źródłom, z których uczestnicy zajęć korzystają najczęściej.

Poproś uczestników, aby indywidualnie, na kartkach papieru, zapisali najczęściej oglądane programy informacyjne, najczęściej słuchane audycje radiowe, ulubione pisma i magazyny oraz najczęściej odwiedzane portale internetowe, a także pozostałe źródła informacji i rozrywki. U dołu kartki powinny się natomiast znaleźć potrzeby związane z konsumowaniem informacji. W identyfikowaniu potrzeb przydatne może okazać się pytanie pomocnicze, np. “Wartościowe treści (informacje, audycje, programy) to dla mnie takie, dzięki którym...”. Na podstawie wypisanych potrzeb uczestnicy oceniają, które ze źródeł informacji są dla nich wartościowe, a które nie. Dodatkowo obrysowują jedną linią te źródła, które wzmacniają ich własny światopogląd, a więc składają się na komorę echa. Następnie w parach uczestnicy wymieniają się wnioskami z przeprowadzonego ćwiczenia.

Po wykonaniu zadania możesz zaprosić uczestników do udziału w głosowaniu, które pozwoli wyciągnąć wnioski dla całej grupy. W tym celu skorzystaj z tablicy lub internetowego narzędzia umożliwiającego przeprowadzenie ankiety (np. Mentimeter). Zadaj następujące pytania:

- o W skali od 1 do 5 oceń, jak bardzo Twoja dieta medialna odpowiada zidentyfikowanym potrzebom.
- o Czy Twoja dieta medialna jest wystarczająco zróżnicowana?
- o Jakie źródła informacji chciałbyś/chciałabyś zachować w swojej diecie medialnej? Dlaczego?
- o Z jakich źródeł wolałbyś/wolałabyś zrezygnować? Dlaczego?

Wskazówka: jeśli masz taką możliwość, zachęć uczestników warsztatów do udziału w dłuższej wersji zadania. W tym celu udostępni im Dzienniczek diety medialnej stworzony na potrzeby kursu Seniorzy w sieci. Wyzwanie polega na monitorowaniu przez 48 godzin wszystkich konsumowanych treści i poddaniu ich analizie w oparciu o pytania pomocnicze. W tej wersji zadania uczestnicy poddają analizie nie źródła informacji, lecz konkretne przykłady treści.

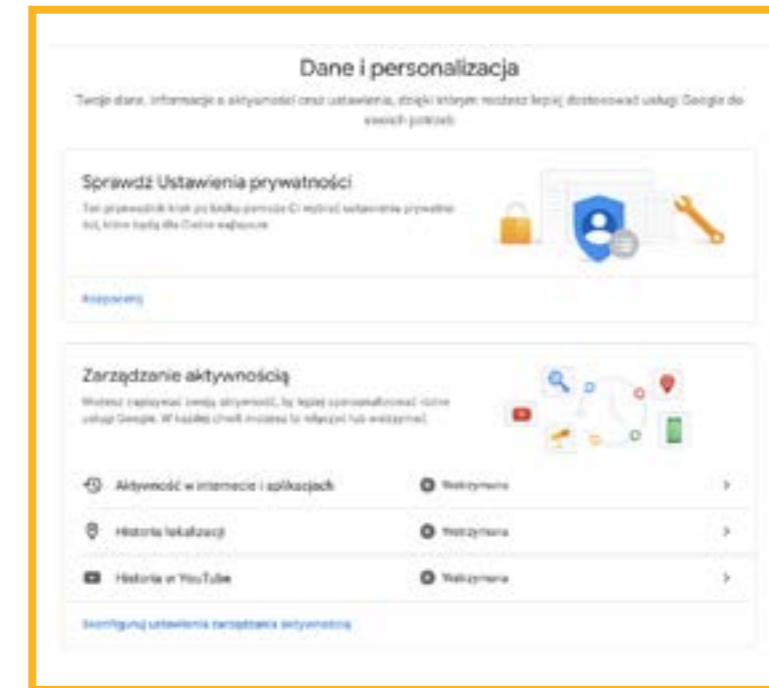
Dzięki refleksji nad własnymi nawykami związanymi z konsumowaniem treści medialnych uczestnicy będą mogli podjąć kroki umożliwiające im modyfikację dotychczasowych przyzwyczajeń i urozmaicenie diety medialnej, tak aby ograniczyć efekt komory echa. To niemałe wyzwanie wymaga oczywiście czasu, ale jeszcze w ramach warsztatu można wyposażyć uczestników w narzędzie usprawniające ten proces: listę sposobów urozmaicenia diety medialnej.

Uczestnicy wrzucają kartki z poprzedniego zadania do kartonowego pudełka. Po wymieszaniu przez osobę prowadzącą uczestnicy losują po jednej kartce. Po zapoznaniu się z jej treścią (w szczególności ze źródłami obrysowanymi linią) proponują, w jaki sposób jej autor mógłby urozmaicić swoją dietę medialną, aby wyjść poza komorę echa. Uczestnicy swoje propozycje zapisują na karteczkach sticky note lub w aplikacji Mural. Osoba prowadząca przedstawia wszystkie propozycje. W głosowaniu uczestnicy wskazują 3 najbardziej skuteczne sposoby "wychodzenia" z komór echa.

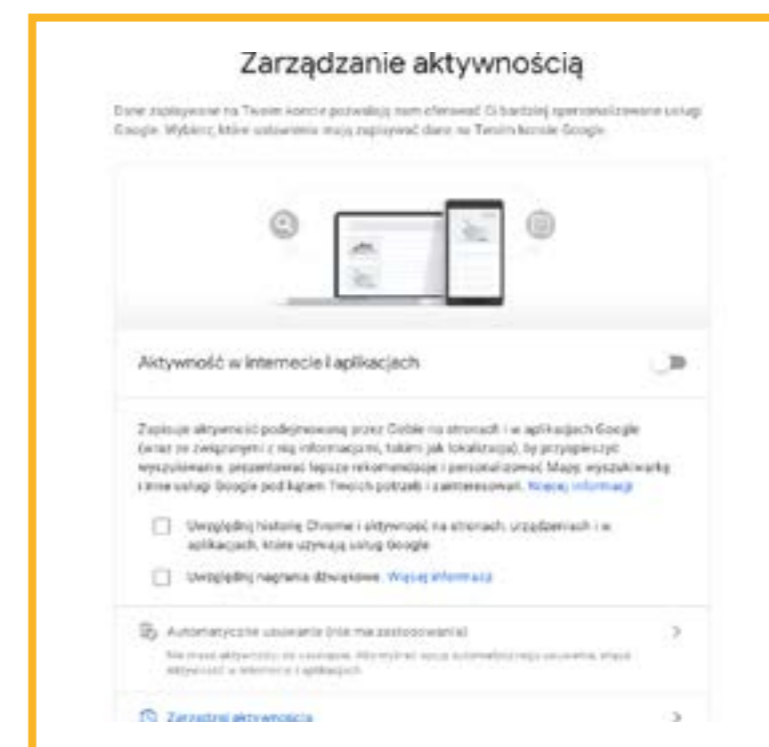
Zachęć uczestników zajęć do zanotowania 3 wybranych przez grupę sposobów urozmaicenia diety medialnej oraz innych propozycji, które uważają za przydatne. Zwróć uwagę, że wykonane dotychczas zadania pozwalają ograniczyć efekt komory echa, ale nie odpowiadają na problem bańki filtrującej. Wpływ tej ostatniej można zredukować, ograniczając personalizację usług, z których najczęściej korzystamy. Wyjaśnij, w jaki sposób to zrobić na przykładzie wyszukiwarki Google oraz Facebooka. Jeśli uczestnicy mają do dyspozycji komputery lub smartfony, mogą od razu wykorzystać nową wiedzę w praktyce.

W jaki sposób wyłączyć personalizację w usługach Google?

1. Wejdź na stronę myaccount.google.com i zaloguj się na swoje konto, następnie przejdź do sekcji **Zarządzanie aktywnością:**



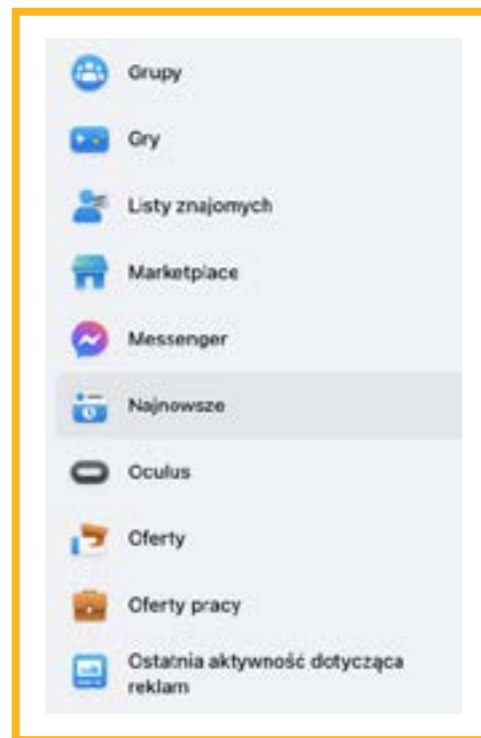
2. Możesz w tym miejscu wyłączyć gromadzenie danych o Twojej aktywności w internecie i aplikacjach, historię lokalizacji, a także personalizację reklam. W ten sposób cyfrowe ślady pozostawiane przez Ciebie w sieci nie będą miały wpływu na wyniki wyszukiwania w przyszłości.



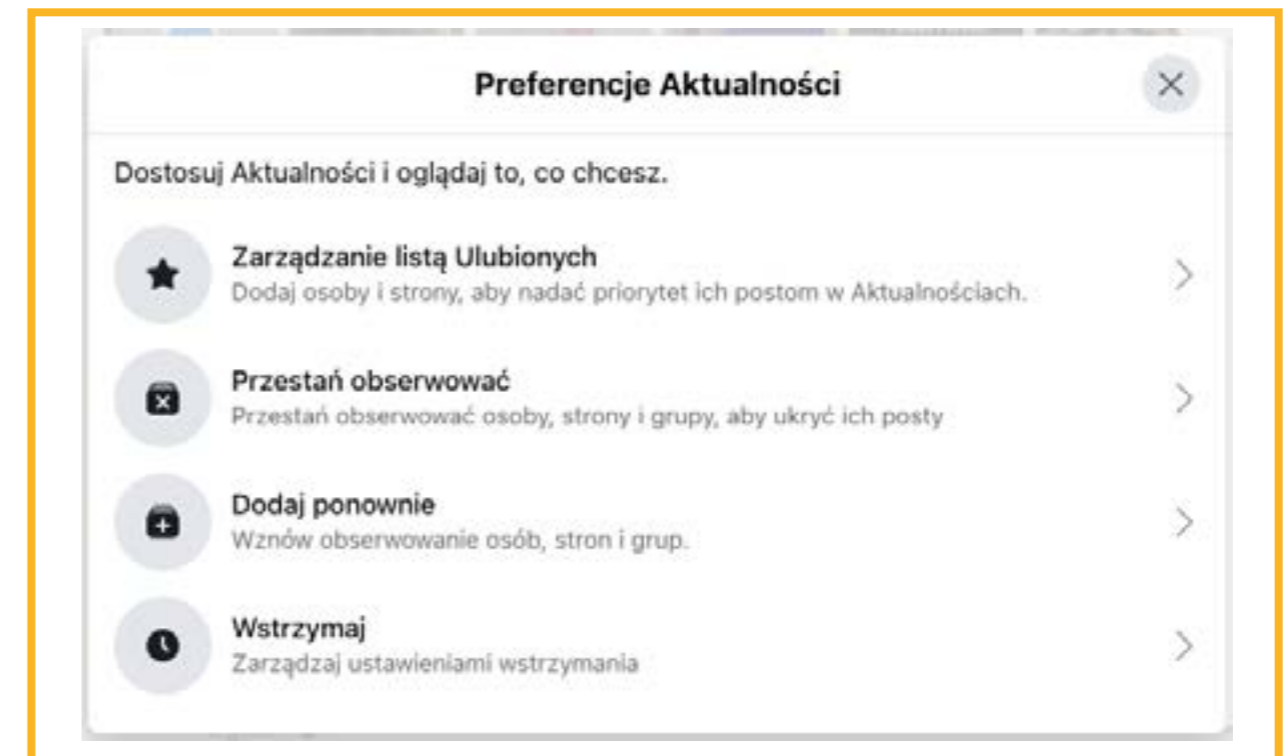
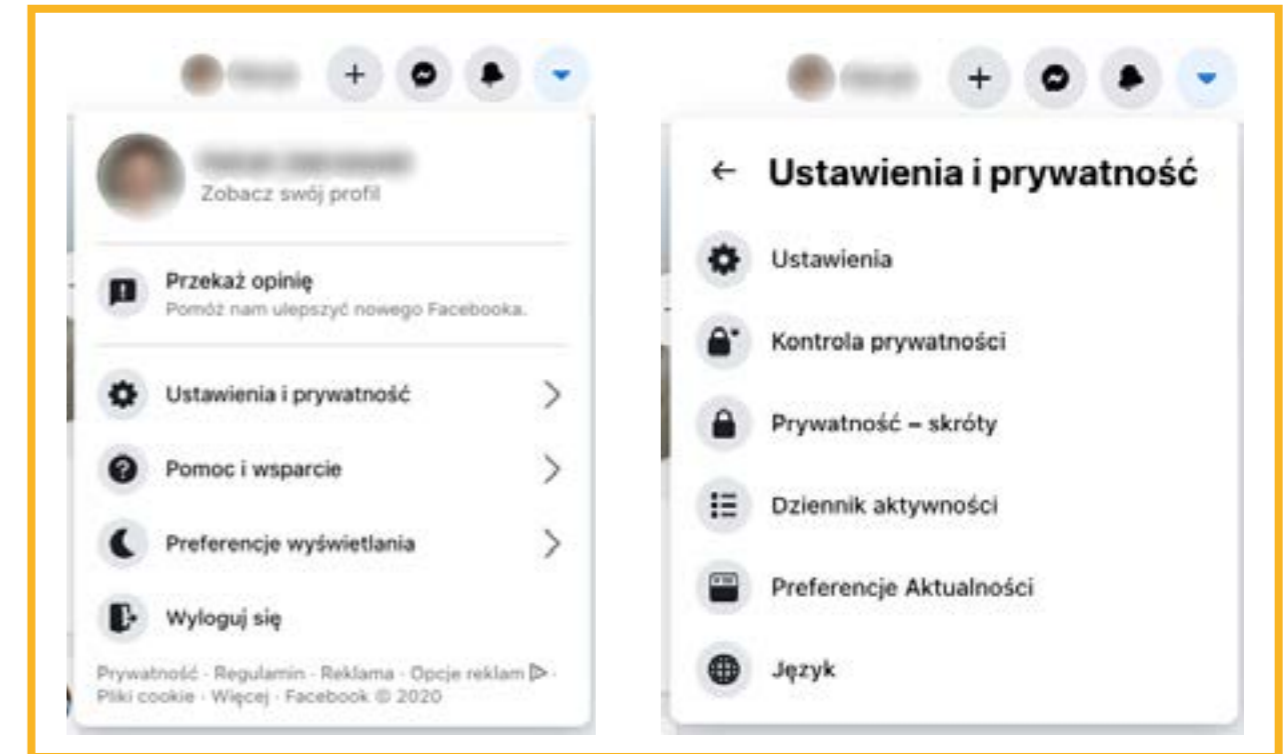
3. Zwróć uwagę, że twórcy internetowych usług zazwyczaj opisują zbieranie danych w sposób sugerujący, że przynosi to użytkownikowi wiele korzyści i stanowi odpowiedź na jego potrzeby. Pamiętaj, że to tylko jedna strona medalu. Koszt, jaki ponosisz, to ograniczenie prywatności i wzmocnienie mechanizmu bańki filtrującej.

W jaki sposób ograniczyć personalizację na Facebooku?

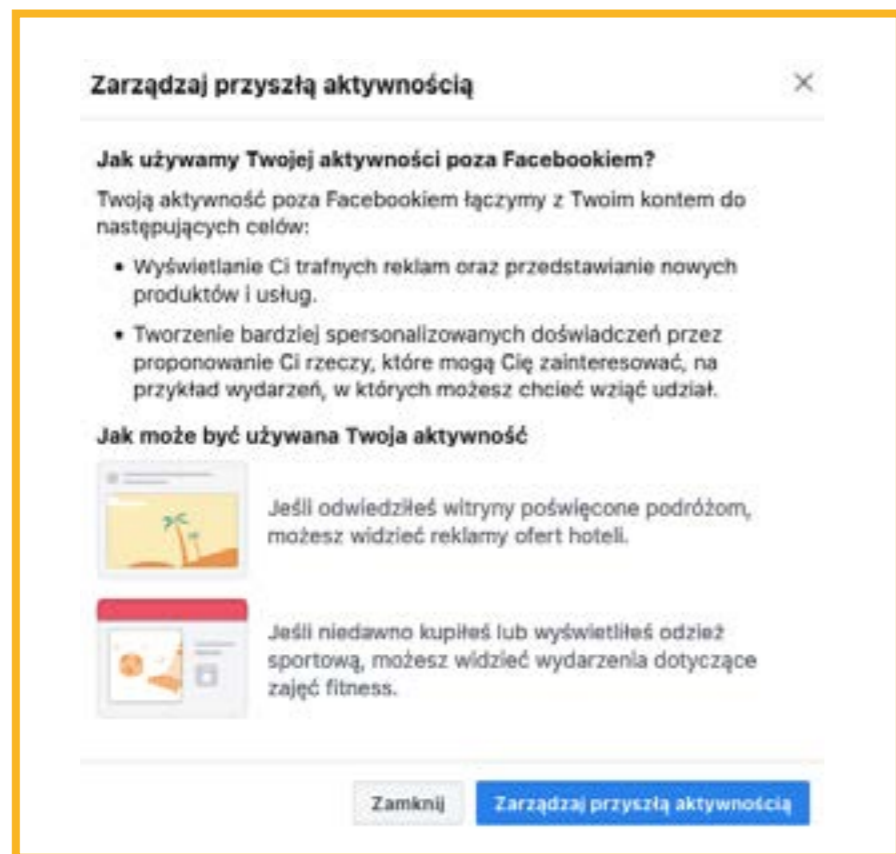
4. **Korzystaj z funkcji Najnowsze.** W aktualnościach na Facebooku w pierwszej kolejności wyświetlane są treści uznane przez algorytm za najbardziej interesujące dla danego użytkownika. Decyzje te podejmowane są w sposób automatyczny na podstawie wielu zmiennych, takich jak Twoje kontakty czy wcześniejsza aktywność na platformie, w tym komentarze, udostępnienia, polubienia i inne reakcje, a także publikowane treści. Możesz „ominąć” personalizację, wyświetlając posty w kolejności od najnowszego do najstarszego. Wystarczy, że klikniesz **Najnowsze w menu** po lewej stronie:



2. Dostosuj ustawienia **Aktualności**. Przejdź do sekcji **Preferencje Aktualności**, którą znajdziesz w zakładce **Ustawienia i prywatność**. Możesz zdecydować, czyje posty chcesz widzieć w pierwszej kolejności, a czyje wstrzymać lub całkowicie ukryć.



3. Odłącz swoją aktywność poza Facebookiem. Przejdź do **Ustawień i prywatności**, ale tym razem wybierz **Ustawienia**. Następnie przejdź do sekcji **Twoje informacje na Facebooku w menu** po lewej stronie. Kliknij **Aktywność poza Facebookiem > Więcej opcji > Zarządzaj przyszłą aktywnością > Zarządzaj przyszłą aktywnością**. Możesz teraz wyłączyć przyszłą aktywność poza Facebookiem. Platforma nie będzie zbierała informacji o stronach, które odwiedzasz, co ograniczy personalizację wyświetlanych treści, w tym reklam.



Wskazówka: jeśli chcesz poznać więcej sposobów ograniczania personalizacji treści na Facebooku, skorzystaj z Centrum pomocy ([link](#)).

Podsumowanie

Ograniczanie wpływu zjawisk bańki filtrującej oraz komory echa to nie jednorazowe działanie, lecz proces, dlatego warto zachęcić uczestników warsztatów, aby kontynuowali obserwację swojej diety medialnej również po zakończeniu zajęć i dostosowywali ją – podobnie jak sposób odżywiania – do aktualnych potrzeb.

Definicje

bańka filtrująca – konsekwencja automatycznych procesów filtrowania treści w wyszukiwarkach internetowych i mediach społecznościowych polegająca na wyświetlaniu użytkownikowi tylko niektórych spośród dostępnych treści;

dieta medialna – indywidualny zestaw nawyków związanych z konsumowaniem informacji;

komora echa – utwierdzanie się w dotychczasowych racjach w wyniku wielokrotnego powtarzania tych samych treści w zamkniętym gronie osób i ograniczania poglądów odmiennych;

personalizacja – wyświetlanie treści zgodnych z zainteresowaniami użytkownika w oparciu o pozostawione ślady cyfrowe, np. informacje o lokalizacji, historię wyszukiwania czy język.

Projekt „Seniorzy w sieci” powstaje jako część programu “Counter Disinformation among Vulnerable Populations in Central Europe” realizowanego w 4 krajach: Polska (Towarzystwo Inicjatyw Twórczych “ę”), Czechy (Transitions), Słowacja (Memo98), Węgry (Center of Independent Journalism).

Projekt jest realizowany przy wsparciu finansowym Departamentu Polityki Senioralnej w Ministerstwie Rodziny, Pracy i Polityki Społecznej w ramach Rządowego Programu na rzecz Aktywności Społecznej Osób Starszych na lata 2014-2020.

organizator:

partnerzy:

współfinansowanie:

