Datizm: jak wielkie zbiory danych zmieniają nasze życie

AUTOR

Fundacja Dobre Państwo

STRESZCZENIE / ABSTRACT

Artykuł analizuje fenomen datyzmu – współczesnego nurtu, który zastępuje tradycyjną introspekcję i humanistyczny rozum analityką wielkich zbiorów danych. Autorzy, odwołując się do prac Setha Stephens-Davidowitza i Yuvala Noaha Hariego, pokazują, jak algorytmy, sabermetria oraz testy A/B przenikają z profesjonalnego sportu do naszej codzienności. Tekst demaskuje mity dotyczące sukcesu, opierając się na prawie wielkich liczb i statystyce, a jednocześnie ostrzega przed ryzykiem utraty autentyczności w świecie zdominowanym przez funkcje celu i optymalizację. To głęboka refleksja nad tym, czy mierzalny dobrostan i kapitał społeczny budowany na danych nie prowadzi do niebezpiecznej normalizacji jednostki, stawiając pytania o granice technokratycznego podejścia do ludzkiego życia.

This article examines the phenomenon of dataism—a contemporary movement that replaces traditional introspection and humanistic reason with the analysis of large data sets. Drawing on the work of Seth Stephens-Davidowitz and Yuval Noah Harari, the authors demonstrate how algorithms, sabermetrics, and A/B testing are permeating professional sports into our everyday lives. The text debunks myths about success based on the law of large numbers and statistics, while simultaneously warning against the risk of losing authenticity in a world dominated by objective functions and optimization. This is a profound reflection on whether measurable well-being and social capital built on data lead to a dangerous normalization of the individual, raising questions about the limits of a technocratic approach to human life.

Artykuł analizuje fenomen datyzmu, nowej metateologii, w której algorytmy i analiza danych zastępują tradycyjne źródła wiedzy o świecie i o nas samych. Opierając się na przykładach od sabermetrii po optymalizację wyglądu, tekst ukazuje, jak decyzje, które kiedyś opierały się na intuicji i refleksji, są coraz częściej podejmowane na podstawie analizy dużych zbiorów danych. Autor kwestionuje roszczenia datyzmu do bycia uniwersalną narracją o dobrym życiu, wskazując

na ryzyko normalizacji i uśredniania biografii, które mogą ograniczać wolność i indywidualność. Podkreśla, że ostateczne wartości powinny być przedmiotem dyskursu, a nie parametrem w modelu optymalizacyjnym. Tekst analizuje, jak rewolucja danych wpływa na nasze wybory dotyczące kariery, miłości i rodzicielstwa, oraz czy ta nowa forma racjonalności prowadzi do emancypacji, czy do internalizacji spojrzenia rynku.

SŁOWA KLUCZOWE

datyzm | wielkie zbiory danych | sabermetria | Moneyball | algorytmy | testy A/B | optymalizacja | funkcja celu | błędy poznawcze | prawo wielkich liczb | Seth Stephens-Davidowitz | Yuval Noah Harari | samowiedza | dobrostan mierzalny | kapitał społeczny

Datizm: algorytmiczna alternatywa dla introspekcji

Klasyczne opowieści o nowoczesności miały prosty scenariusz: to rozum emancypował człowieka z tyranii mitów. Dziś jednak, w epoce, której kronikarzem jest Seth Stephens-Davidowitz, obserwujemy drugi, równie radykalny zwrot. Tym razem wyzwolenie nie polega na przejściu od religii do humanistycznego rozumu, lecz na porzuceniu introspekcji i osobistych narracji na rzecz analityki wielkich zbiorów danych. To one zaczynają pełnić funkcję nowej metateologii codzienności. Yuval Noah Harari nadał tej rodzącej się wierze nazwę dataizmu, czyli wizji świata, w której ostateczną instancją rozstrzygającą nie jest ani Bóg, ani romantyczne sumienie jednostki, lecz algorytmicznie przetworzony cyfrowy ślad, pozostawiany przez miliardy naszych zachowań, wyszukiwań i wyborów.

W tej perspektywie tradycyjny model samotnej refleksji, w którym jednostka próbuje w ciszy własnej świadomości odpowiedzieć na pytania o szczęście, miłość czy karierę, zostaje zakwestionowany przez brutalne, choć metodyczne stwierdzenie. O ile dotąd zakładaliśmy, że najlepszym ekspertem od własnego życia jestem ja sam, o tyle rewolucja danych pokazuje, że logika naszej samowiedzy jest głęboko podatna na systematyczne błędy. To właśnie dlatego Stephens-Davidowitz może napisać zdanie, które jest jednocześnie bluźnierstwem wobec romantycznego indywidualizmu i manifestem nowej racjonalności: algorytmy wiedzą o tobie więcej niż ty sam.

Paradygmat Moneyball optymalizuje codzienne wybory

Sabermetria, czyli analityka statystyczna baseballu, była w gruncie rzeczy wczesną sportową herezją w rodzącej się religii datyzmu. Bill James, a po nim Billy Beane, udowodnili, że intuicje skautów – ich fascynacja linią ciała, stylem biegu czy rzekomą charyzmą zawodnika – stanowiły w istocie zbiór eleganckich przesądów. Okazało się, że to nie wprawne oko łowcy talentów, lecz chłodna statystyka procentu wejść na bazę, liczby spacerów i struktury uderzeń trafniej przewiduje zwycięstwa. Historia opowiedziana w **Moneyball** jest zatem czymś więcej niż opowieścią o drużynie z Oakland; to modelowy przykład, jak całe pole decyzyjne można przenieść z poziomu ulotnego wrażenia na twardy grunt wskaźników.

Stephens-Davidowitz radykalizuje ten model, proponując swoisty **Moneyball dla życia**. Zamiast pytać doświadczonego skauta o nasze małżeństwo, karierę czy szczęście, mielibyśmy odpytywać bazę danych. W tym ujęciu sabermetria staje się metonimią znacznie szerszej przemiany kulturowej. Skoro bowiem można zoptymalizować baseball, to dlaczego nie poddać podobnemu procesowi wyboru partnera, miasta do życia, ścieżki zawodowej, a nawet sposobu, w jaki kadrujemy twarz w mediach społecznościowych, by zmaksymalizować zaangażowanie?

Marketing zrozumiał to już dawno temu. Klasyczna zasada testowania A/B, która pozwala reklamodawcy sprawdzić, który nagłówek, grafika czy przycisk generuje wyższy współczynnik kliknięć, jest przecież prostą aplikacją logiki sabermetrii do zachowań konsumenckich. Datyzm jedynie rozszerza to podejście, proponując, aby każdy z nas potraktował swoje życie jako wielki, niekończący się eksperyment A/B. W tym eksperymencie nieustannie porównujemy różne wersje siebie, różnych partnerów, różne dzielnice i aktywności. Zamiast fetyszyzować autentyczność, datyzm zachęca, by traktować siebie jako produkt podlegający ciągłym optymalizacjom.

Tu jednak wyłania się fundamentalny problem filozoficzny. O ile w baseballu możemy bez większych kontrowersji przyjąć, że celem jest maksymalizacja zwycięstw, a więc istnieje względnie klarowna funkcja celu, o tyle w życiu społecznym jest ona wielowymiarowa, dynamiczna i niemożliwa do zredukowania do jednego wskaźnika. Pytanie, czy ważniejsze jest bogactwo, autonomiczny czas, jakość relacji, liczba dzieci czy może zdolność do refleksyjnego dystansu wobec samego siebie, nie jest pytaniem empirycznym. Jest to pytanie o charakterze normatywnym, w którym proceduralna jedność uzasadniania wartości nie może zostać zastąpiona przez algorytmiczną agregację preferencji.

W tej mierze, w jakiej datyzm i sabermetria roszczą sobie prawo do bycia metanarracją o dobrym życiu, wchodzą w otwarty konflikt z projektem nowoczesności. Zakładał on bowiem, że ostateczne wartości muszą pozostać przedmiotem dyskursu między obywatelami, a nie parametrem w modelu optymalizacyjnym. Ryzyko polega na tym, że instrumenty, które miały służyć korekcji naszych błędów poznawczych, stają się narzędziem normalizacji, wymuszając uśrednione biografie dopasowane do krzywych rozkładu. W takim

świecie radykalne wybory egzystencjalne zostają zdegradowane do rangi statystycznych odchyleń, a nie uznane za sensowne, choć ryzykowne, praktyki wolności.

Algorytmy: precyzyjniejszy obraz jaźni niż autopercepcja

Istota rewolucji nie tkwi w samej aparaturze. Czujniki, portale randkowe czy aplikacje do pomiaru nastroju stanowią bowiem tylko instrumentarium, które umożliwia coś znacznie głębszego. Chodzi o fundamentalne przesunięcie w całej architekturze uzasadniania naszych przekonań. Zamiast snuć osobiste historie o tym, co rzekomo daje nam szczęście, zaczynamy metodycznie rekonstruować zależności między działaniami a mierzalnymi stanami dobrostanu, co nieuchronnie wymusza rewizję naszych subiektywnych narracji. Projekt Mappiness, w którym miliony chwilowych ocen nastroju zestawia się z realnymi aktywnościami, demaskuje z bezwzględną precyzją mit kanapy i pilota jako rzekomego źródła dobrostanu.

Atrakcyjność fizyczna buduje kapitał zawodowy i polityczny

Jednym z najbardziej niepokojących, a zarazem klarownych obszarów, w których rewolucja danych demaskuje nasze złudzenia, jest rola wyglądu. Badania nad wyborami politycznymi dowodzą, że kandydat oceniony przez przypadkowych obserwatorów jako bardziej kompetentny na podstawie jednej fotografii ma statystycznie większe szanse na zwycięstwo. W Akademii Wojskowej West Point to nie wyniki w nauce, pochodzenie czy sportowe laury, lecz dominujący wyraz twarzy okazał się najpewniejszym prognostykiem przyszłej kariery oficerskiej. Dane bezlitośnie potwierdzają to, co intuicja wolałaby przemilczeć: oceniamy książkę po okładce.

Stephens-Davidowitz nie poprzestaje jednak na tej ponurej diagnozie. Postanawia przeprowadzić na sobie eksperyment, swoisty „Moneyball dla twarzy”. Zamiast ufać lustru, opinii znajomych czy wewnętrznemu poczuciu estetyki, wrzuca swoje fotografie w tryby bezlitosnej maszyny testującej. Wykorzystuje do tego sztuczną inteligencję, błyskawiczne ankiety rynkowe oraz statystyczną analizę ocen tysięcy obcych osób. Wynik jest zarazem groteskowy i głęboko symboliczny. Okazuje się, że okulary, które jego własna logika odrzucała jako nieatrakcyjne, podnoszą postrzeganą kompetencję o znaczący ułamek punktu w dziesięciostopniowej skali. Broda, traktowana dotąd jako stylizacyjny kaprys, również poprawia notowania.

W tym momencie wygląd przestaje być domeną gustu, a staje się kapitałem podlegającym rynkowej wycenie. W świecie, gdzie wyborcy, rekruterzy i partnerzy podejmują decyzje na podstawie błyskawicznej,

przedrefleksyjnej oceny, dataistyczna strategia staje się brutalnie prosta. Nie pytaj siebie, jak chcesz wyglądać. Zapytaj dane, w jakiej konfiguracji twoja twarz maksymalizuje roszczenie do kompetencji, atrakcyjności i zaufania. To radykalne przesunięcie akcentów z ekspresji na optymalizację.

Z perspektywy marketingu jest to zaledwie konsekwencja zasady ciągłego testowania. Jednak z punktu widzenia antropologii mamy do czynienia z rewolucją. Twarz, dotąd będąca przestrzenią wymiany spojrzeń i odsłaniania się niepowtarzalności osoby, staje się powierzchnią optymalizowaną pod kątem wskaźników rynkowych. Nie chodzi już o to, by być sobą, lecz o to, by stać się wersją siebie, która generuje najwyższy współczynnik konwersji – konwersji spojrzenia w kapitał społeczny, zawodowy lub polityczny.

Paradoks tej sytuacji polega na tym, że dataistyczna analiza wcale nie wzmacnia pozycji jednostki wobec strukturalnej przemocy wyglądu. Wręcz przeciwnie, ujawniając skalę wpływu pierwszego wrażenia, potwierdza, że nasza twarz pełni rolę nieformalnego algorytmu selekcyjnego. Można oczywiście próbować ten algorytm zhakować poprzez osobistą optymalizację. Nie da się jednak uciec od faktu, że sama logika selekcji pozostaje głęboko niesprawiedliwa, utrwalając uprzywilejowanie tych, którzy już na starcie wpisują się w estetyczne wzorce dominacji.

Tu właśnie rodzi się pole do fundamentalnej polemiki. O ile racjonalne jest wykorzystanie danych do korygowania własnych iluzji, o tyle niebezpieczne byłoby założenie, że zadaniem jednostki jest bezwarunkowe dopasowanie się do uprzedzeń tłumu. Projekt „Moneyball dla twarzy” można bowiem odczytać dwojako: albo jako akt emancypacji, w którym jednostka odzyskuje sprawczość wobec arbitralnych ocen, albo jako kolejną formę samodyscypliny, gdzie jednostka internalizuje spojrzenie rynku i czyni je wewnętrznym cenzorem własnego ciała.

Statystyka sukcesu: liczba prób wygrywa z geniuszem

W ekonomii klasycznej, a także w potocznych intuicjach, utrwalił się obraz sukcesu jako rezultatu jednego, wielkiego przełomu: pojedynczej decyzji o porzuceniu studiów, jednej genialnej idei, jednej kluczowej inwestycji. Rewolucja danych, która analizuje dziesiątki tysięcy biografii przedsiębiorców, artystów i randkowiczów, proponuje jednak narrację zgoła odmienną. Sukces okazuje się najczęściej funkcją liczby prób, a nie heroicznego, jednorazowego skoku w nieznane.

Seth Stephens-Davidowitz pokazuje, że w dziedzinach pozbawionych obiektywnej miary jakości, takich jak sztuka czy literatura, długoterminowe powodzenie jest silnie skorelowane z intensywnością ekspozycji. Artyści, którzy kurczowo trzymają się lokalnego rynku, powtarzając wystawy w tych samych galeriach, mają statystycznie znacznie mniejsze szanse na trwałą obecność w globalnym obiegu. Przegrywają z tymi, którzy

decydują się na ryzykowną strategię ciągłych migracji, pokazów w różnych krajach i eksploracji obcych scen artystycznych.

Mechanizm ten można nazwać dynamiką Picassa. Nie dlatego, że hiszpański mistrz był jedynie wytrwałym księgowym własnych dzieł, lecz dlatego, że jego twórczość uosabia logikę nadprodukcji. W tym modelu artysta nie próbuje z góry odgadnąć, który obraz stanie się ikoną, lecz z pokorą akceptuje, że rola ostatecznego selekcjonera należy do świata. Subiektywna samowiedza twórcy okazuje się bowiem słabym prognostykiem przyszłej recepcji, co potwierdzają anegdoty o Beethovenie, Springsteenie czy Woodym Allenie, którzy bezskutecznie próbowali ukryć przed światem swoje późniejsze arcydzieła.

Z tego punktu widzenia największą barierą nie jest brak talentu, lecz samoodrzucenie. Wstępne odrzucenie, używając pojęcia, które można potraktować jako techniczny termin nowej psychologii twórczości, polega na tym, że jednostka, działając jako pierwsza instancja krytyczna, nie dopuszcza swojej pracy do publicznego obiegu. W ten sposób odbiera światu szansę na pozytywne zaskoczenie i skazuje samą siebie na milczenie.

Ryzyko, które rekomenduje dataizm, jest paradoksalnie ryzykiem systematycznym, a nie jednorazowym aktem brawury. Zamiast fantazjować o jednej wielkiej okazji, która odmieni wszystko, warto przyjąć quasi-finansową metaforę. Nie kupujemy jednego losu na loterii, licząc na cud, lecz nabywamy ich setki, a nawet tysiące. Akceptujemy przy tym, że większość okaże się bezwartościowa, ale kilka z nich przyniesie zwrot, który z nawiązką zrekompensuje poniesione koszty.

Ta chłodna logika znajduje zastosowanie zarówno w przedsiębiorczości, jak i w randkowaniu. Dane z portali pokazują, że osoby z dolnych decyli atrakcyjności fizycznej mają zadziwiająco niezerowe szanse na odpowiedź od osób z decyli górnych. Warunkiem jest jednak liczba wysyłanych wiadomości. Wewnętrzny głos, który szepcze: „i tak nie mam szans, więc nie napiszę”, jest znacznie skuteczniejszą barierą niż niska pozycja w rankingu wyglądu.

Z perspektywy marketingu można by rzec, że współczesny podmiot jest przedsiębiorcą własnego życia, który musi zrozumieć prawo wielkich liczb. Jeżeli współczynnik odpowiedzi na twoje wiadomości wynosi piętnaście procent, nie jest to powód do rozpaczy. To jest kluczowa informacja potrzebna do zaplanowania skutecznej kampanii. Nie otrzymasz pięciu odpowiedzi, jeśli wyślesz zaledwie trzy zaproszenia. Potrzebujesz ich trzydziestu trzech.

W tym miejscu warto wprowadzić zapowiedzianą zagadkę, która testuje, czy czytelnik rzeczywiście przyswoił sobie logikę probabilistycznego myślenia. Rozważmy dwa zdania. Zasada A: Jeżeli zwiększam liczbę prób, to zwiększam prawdopodobieństwo sukcesu. Zasada B: Jeżeli jestem wartościową osobą, to powinienem odnieść sukces przy niewielkiej liczbie prób. Większość ludzi na poziomie deklaracji uznaje prawdziwość zasady A, lecz w praktyce kieruje się zasadą B, traktując konieczność podejmowania wielu

prób jako dowód własnej porażki. Pytanie brzmi: czy można uznać prawdziwość obu zdań równocześnie, nie popadając w sprzeczność?

Odpowiedź, jeśli potraktujemy ją w rygorze logiki, jest następująca: Zasada A to twierdzenie probabilistyczne, opisujące relację między liczbą prób a szansą na sukces w niepewnym świecie. Zasada B jest natomiast ukrytym założeniem normatywnym, które dotyczy wartościowania własnej tożsamości. Te dwa zdania należą do zupełnie różnych porządków. Sprzeczność pojawia się dopiero wtedy, gdy podmiot zaczyna traktować B jako przesłankę do zaniechania działań zgodnych z A. Innymi słowy, nie ma logicznej sprzeczności między uznaniem, że warto próbować wiele razy, a pragnieniem, by odnieść sukces od razu. Istnieje natomiast głęboka praktyczna sprzeczność między deklaratywną afirmacją A a działaniem w duchu B.

Zagadką nie jest więc logiczna zgodność zdań, lecz spójność życia z przyjętą teorią. W tej mierze dataizm staje się bezlitosnym egzaminatorem naszej wewnętrznej koherencji. Dane pokazują, że ci, którzy akceptują niewygodną prawdę o konieczności wielu prób i wprowadzają ją w życie, ostatecznie wygrywają. Ci zaś, którzy budują swoją samoocenę na micie natychmiastowego triumfu, pozostają więźniami aporii między własnymi roszczeniami a realną strukturą świata.

Mit młodości: statystyka faworyzuje dojrzałych liderów

Jedną z najbardziej obrazoburczych lekcji, jakich rewolucja danych udziela w obszarze ekonomii, jest systematyczna destrukcja mitu młodego outsidera jako najbardziej prawdopodobnego kandydata do stworzenia wielkiej firmy. Twarde dane podatkowe bezlitośnie ujawniają, że w górnym promilu rozkładu dochodów dominują właściciele przedsiębiorstw, a nie spektakularnie wynagradzani pracownicy najemni. Co więcej, chłodna analiza demograficzna założycieli firm o największych przychodach demaskuje, że średni wiek założyciela w udanej przedsiębiorczości technologicznej nie oscyluje wokół dwudziestu kilku lat, lecz przekracza czterdzieści.

Seth Stephens-Davidowitz opisuje tę trajektorię jako długi, nudny marsz do sukcesu, będący bluźnierstwem wobec romantycznego indywidualizmu. Zamiast nagłego olśnienia mamy tu wieloletnie zdobywanie kompetencji w konkretnej branży, a następnie okres pracy na wysokim stanowisku, gdzie jednostka poznaje zarówno techniczną maszynerię biznesu, jak i wewnętrzną politykę organizacji. Dopiero po tym wszystkim, często w wieku zbliżonym do pięćdziesiątki, następuje inwestycja we własną firmę. To właśnie to dogłębne, wewnętrzne doświadczenie – owa przewaga insidera – jest statystycznie silniejszym predyktorem sukcesu niż mitologizowana młodzieńcza świeżość.

Nieruchomości i finanse: sektory najszybszej akumulacji

Jeszcze bardziej demaskatorski obraz wyłania się z danych o sektorach, w których rodzi się autentyczne bogactwo. Wbrew zbiorowej mitologii, która każe nam marzyć o własnej kawiarni, klimatycznej księgarni czy butiku z winylami, najzamożniejsi przedsiębiorcy operują w domenach uchodzących za skrajnie prozaiczne. Należą do nich: dystrybucja napojów, hurtownie części zamiennych, lokalne monopole regulacyjne w obszarze sprzedaży aut, wynajem nieruchomości oraz firmy specjalizujące się w badaniach rynku.

Ta obserwacja, z pozoru paradoksalna, ma swoje żelazne uzasadnienie rynkowe. Najgorszą strategią jest bowiem wejście na rynek, który powszechnie uchodzi za atrakcyjny, a którego bariery wejścia są niemal nieistniejące. To właśnie tam konkurencja cenowa przybiera najbrutalniejszą formę, marże topnieją w oczach, a statystyczne prawdopodobieństwo bankructwa szybuje w górę. Pozycją optymalną staje się natomiast sektor tak nudny i nieatrakcyjny, że samozwańczy wizjonerzy omijają go szerokim łukiem, podczas gdy gęsta sieć regulacji prawnych i lokalnych powiązań tworzy trudne do sforsowania bariery wejścia.

Prowadzi to do sformułowania paradoksalnej reguły, która jest bluźnierstwem wobec romantycznego indywidualizmu. Jeśli celem jest bogactwo, nie podążaj za swoją pasją. Podążaj za paragrafem. Poszukuj nisz, w których ustawodawca świadomie lub nieświadomie stworzył lokalne monopole; miejsc, gdzie dostęp do rynku jest reglamentowany przez licencje, koncesje czy skomplikowane układy z producentami. Zostań tym, kogo społeczeństwo postrzega jako niewyobrażalnie nudnego przedsiębiorcę, a zimne dane potwierdzą, że twoje szanse na wejście do finansowej stratosfery właśnie wzrosły.

Genetyka i rówieśnicy: granice wpływu rodzicielskiego

Gdyby dataizm uznać za nową religię danych, to badania Bruce’a Sacerdote’a i Raja Chetty’ego byłyby jej najbardziej heretyckimi przypowieściami. Godzą bowiem w dwa fundamentalne dogmaty późnonowoczesnego świata: z jednej strony w głęboką wiarę rodziców, że ich codzienne decyzje wychowawcze kształtują przyszłość dziecka niczym dłuto rzeźbiarza marmur, z drugiej zaś w liberalne przekonanie, że jednostka pozostaje suwerennym autorem własnej biografii.

Sacerdote, analizując losy losowo adoptowanych dzieci, w tym koreańskich sierot, zrekonstruował potężny eksperyment naturalny nad siłą domu rodzinnego. Jego wynik jest intelektualnie trzeźwiący i emocjonalnie brutalny. Okazuje się, że wychowanie w tak zwanym „świetnym domu” podnosi przeciętny dochód

dorosłego dziecka o niespełna jedną trzecią w stosunku do scenariusza przeciętnego. Jednocześnie wpływy natury, rozumiane jako wrodzone potencjały genetyczne, okazują się ponad dwukrotnie silniejsze niż wpływy wychowania. Jeśli więc wyobrazimy sobie dziecko, którego naturalna trajektoria prowadziłaby je ku zawodowi stewardesy, to nawet najbardziej heroiczne rodzicielstwo nie uczyni z niego neurochirurga, lecz co najwyżej przesunie je o kilka szczebli w hierarchii społecznej, w kierunku bezpiecznej klasy średniej.

Seth Stephens-Davidowitz sugeruje, by z tych danych wyciągnąć wniosek, który rodzicielskie superego odrzuca z panicznym lękiem. Większość tego, czym zamartwiają się rodzice, jest statystycznym szumem. Czy dziecko uczęszcza na balet, czy na karate, czy gra na skrzypcach, czy na klarnecie, czy śpi za długo, czy za krótko, czy popełniliśmy błąd, wybierając niewłaściwy język obcy – wszystkie te dylematy należą do sfery osobistych wartości, lecz nie stanowią wektora, który wyznacza dorosły los. Z perspektywy chłodnej, dataistycznej racjonalności rodzice powinni odnaleźć w tych danych głęboki spokój, albowiem dla przytłaczającej większości dzieci ich codzienne wybory nie przełożą się na radykalne różnice w dochodach, zdrowiu czy kapitale edukacyjnym.

Kod pocztowy determinuje mobilność społeczną dziecka

Ten pozornie liberalizujący wniosek przynosi rodzicom swoiste rozgrzeszenie, lecz jego ostrze tnie głębiej, niż moglibyśmy się spodziewać. O ile bowiem codzienne zmagania wychowawcze okazują się mniej kluczowe, niż sądziliśmy, o tyle jeden wybór nabiera wagi niemal absolutnej. Jest nim decyzja o otoczeniu, w którym dziecko dorasta – o dzielnicy, mieście, a szerzej, o całym kontekście przedrefleksyjnej wspólnoty dorosłych wzorców, w której zanurzona jest jego formująca się świadomość.

Raj Chetty wraz ze współpracownikami, sięgając do cyfrowych archiwów podatkowych obejmujących miliony ludzkich biografii, skonstruował analityczną maszynę do prześwietlania wpływu sąsiedztwa. Zastosowany przez nich zabieg był w swej istocie prosty i genialny. Zestawili mianowicie losy rodzeństw, które w dzieciństwie doświadczyły przeprowadzki. Starsze dziecko spędzało zatem więcej lat w gorszej dzielnicy, młodsze zaś więcej w tej lepszej. Różnica w ich dorosłych dochodach, przy tej samej rodzinie, podobnym kapitale genetycznym i dzielonym habitusie domu, stawała się czystym, przyczynowym efektem jakości sąsiedztwa.

Okazało się, że przeprowadzka do tak zwanego super-metro, czyli obszaru miejskiego o sprzyjającej strukturze dorosłych ról, podnosi przyszłe dochody dzieci o wyraźne, kilkunastoprocentowe wartości. Jeszcze bardziej intrygująca okazała się jednak odpowiedź na pytanie, co właściwie definiuje dobre sąsiedztwo. Nie jest nim bowiem po prostu wysoki poziom dochodów, luksusowa zabudowa czy modny kod

pocztowy. Dzielnice, które najmocniej sprzyjają awansowi, cechuje wysoki odsetek absolwentów studiów, znaczna liczba gospodarstw domowych tworzonych przez dwoje rodziców oraz wysoki poziom zaangażowania obywatelskiego, mierzony choćby odsetkiem odesłanych formularzy spisowych.

Jest to, mówiąc językiem teorii społecznej, wskaźnik gęstości zasobów świata przeżywanego. Dziecko dorasta bowiem w przestrzeni, w której dorosłe role nie są chaotycznym zbiorem przypadków, lecz opierają się na względnie stabilnych biografiach, na podmiotach żyjących w sieciach wzajemnych zobowiązań, uczestniczących w praktykach państwa i skłonnych do przyjęcia odpowiedzialności za wspólne dobro. Chetty pokazuje również, że szczególne znaczenie mają konkretne role wzorcowe: obecność kobiet-wynalazczyń dla dziewczynek oraz czarnoskórych ojców dla chłopców z czarnoskórych społeczności. Nawet tam, gdzie biologiczny ojciec jest nieobecny, sama widoczność innych ojców pełniących odpowiedzialne funkcje ma fundamentalne znaczenie dla trajektorii życia.

Projekt Mappiness: dane obalają mity o źródłach szczęścia

Projekt Mappiness można postrzegać jako symboliczną kulminację datystycznej krucjaty przeciwko zawodności subiektywnej samowiedzy. Zamiast prosić o retrospektywne oceny minionego dnia, zawsze zniekształcone przez filtry pamięci narracyjnej, aplikacja działa niczym bezlitosny spowiednik chwili. Wysyła losowe sygnały na smartfony, żądając natychmiastowego raportu o nastroju i bieżącej aktywności. W ten sposób powstaje mapa szczęścia zatomizowanego, oczyszczonego z opowieści, które snujemy na własny temat, a zakorzenionego w surowym materiale przeżywanego świata.

Jednak najbardziej szokującym objawieniem nie jest sam ranking aktywności, lecz skala przepaści między naszą intuicją a rzeczywistością emocjonalną. Deklarujemy bowiem tęsknotę za nicnierobieniem, za błogosławieństwem odwołanych planów i perspektywą wieczoru spędzonego przed ekranem. Tymczasem dane, niczym sejsmograf rejestrujący drgania naszych ciał, opowiadają zupełnie inną historię. Okazuje się, że kanapa, pilot i hipnotyczny blask internetu generują zaledwie śladowy wzrost nastroju ponad jego bazowy poziom.

Paradoksalnie, to właśnie aktywności postrzegane jako wysiłkowe i budzące wewnętrzny opór – sport, spacer, spotkanie z przyjaciółmi czy praca w ogrodzie – wykazują najsilniejszą korelację z odczuwanym szczęściem. Jeszcze wyraźniej ta zależność rysuje się w danych dotyczących otoczenia. Przebywanie w przestrzeniach naturalnych, takich jak wybrzeża morskie, lasy czy półdzikie łąki, zwłaszcza przy sprzyjającej pogodzie, generuje potężne skoki dobrostanu. Stanowią one miażdżący kontrapunkt dla emocjonalnej jałowości typowego miejskiego krajobrazu.

Błąd intuicji: dlaczego unikamy wysiłku fizycznego

Jednym z najbardziej przewrotnych rozdziałów dataistycznej rewolucji jest ten, który dotyczy intymności i pożądania. Projekt AI Marriage, monumentalne przedsięwzięcie Samanthy Joel i jej zespołu, stanowi metodologiczne arcydzieło. Wykorzystano w nim dane z ponad czterdziestu badań longitudinalnych i jedenastu tysięcy par, zaprzęgając do pracy uczenie maszynowe, czyli technikę pozwalającą algorytmom samodzielnie uczyć się na podstawie danych, by odpowiedzieć na odwieczne pytanie: czy można przewidzieć satysfakcję ze związku na podstawie cech partnerów, ich wartości i demografii?

Najważniejszy wniosek jest zarazem głęboko rozczarowujący i paradoksalnie wyzwalający. Potężne modele obliczeniowe poniosły klęskę, nie potrafiąc stworzyć wiarygodnej funkcji, która przewidywałaby, kto z kim będzie szczęśliwy. Co więcej, okazało się, że to, jak dana osoba ocenia własne zadowolenie z życia i stabilność psychiczną przed wejściem w relację, jest predyktorem jej przyszłego szczęścia wielokrotnie silniejszym niż jakakolwiek cecha wybranego partnera.

Mówiąc brutalnie: jeżeli jesteś fundamentalnie nieszczęśliwy sam ze sobą, żaden partner – niezależnie od jego urody, statusu, intelektu czy pochodzenia – nie uczyni cię trwale szczęśliwym. Kluczem okazuje się twoja własna struktura osobowości, poziom lęku, styl przywiązania i zdolność do autorefleksji. Partner może być co najwyżej współczynnikiem, który nieznacznie modyfikuje twoją bazową trajektorię życiową, ale nigdy jej nie wyznacza.

Stabilność emocjonalna: klucz do trwałości relacji

Tymczasem spowiedź, jaką składają nam wielkie zbiory danych z serwisów OkCupid, Hinge czy Tinder, odsłania bolesny paradoks. Okazuje się bowiem, że cała architektura pożądania w cyfrowym świecie opiera się na fundamencie cech, które zespół badawczy Joel uznaje za statystycznie nieistotne dla długoterminowego szczęścia. Rasa, wyznanie, wzrost, zawód, atrakcyjność fizyczna, preferencje seksualne, podobieństwo, status cywilny – oto osiem fałszywych bożków współczesnego randkowania. To właśnie ten powierzchowny dekalog decyduje o liczbie otrzymanych wiadomości, szansie na odpowiedź i prawdopodobieństwie pierwszej randki.

Konsekwencje tej zbiorowej pomyłki są systemowo katastrofalne. Cyfrowy rynek matrymonialny zaczyna przypominać rozgrzaną do czerwoności giełdę, na której wszyscy inwestorzy rzucają się na akcje modnych spółek medialnych, kompletnie ignorując nudne, lecz stabilne firmy infrastrukturalne, mimo że ich długoterminowy zwrot z inwestycji jest porównywalny, a często nawet wyższy. W efekcie pożądanie kumuluje się wokół wąskiej grupy osób o prestiżowych zawodach, konwencjonalnej urodzie i odpowiednim wzroście, podczas gdy całe segmenty populacji pozostają chronicznie niedowartościowane. Niscy

mężczyźni, bardzo wysokie kobiety, osoby o mniej typowej atrakcyjności czy mężczyźni wykonujący zawody postrzegane jako mało ekscytujące, choć stabilne – nauczyciele, urzędnicy – stają się ofiarami tej rynkowej histerii.

Wobec tej rynkowej aberracji Seth Stephens-Davidowitz proponuje strategię, która jest jednocześnie bluźnierstwem wobec romantycznego indywidualizmu i manifestem nowej racjonalności. Nazywa ją „Moneyball dla miłości". Skoro cechy, o które toczy się najostrzejsza walka, nie mają realnego przełożenia na szczęście w związku, to racjonalnym posunięciem staje się świadome przesunięcie uwagi na te grupy, które są statystycznie niedoceniane, lecz jako partnerzy życiowi oferują potencjalnie identyczną wartość. Zamiast zatem uczestniczyć w wyścigu o modela-lekarza, można z zimną krwią poszukać sumiennego, stabilnego i emocjonalnie bezpiecznego partnera o przeciętnym wzroście i mało spektakularnym, lecz pewnym zawodzie.

Wzrost i dochody: przeceniane atuty na rynku matrymonialnym

Porównanie tych trzech obszarów cywilizacyjnych odsłania fundamentalne różnice w interpretacji tych samych wyników. W Stanach Zjednoczonych dane Chetty'ego zostały niemal natychmiast wchłonięte przez dyskurs publiczny, przybierając formę map szans i interaktywnych atlasów, które pozwalają rodzicom kalkulować potencjalny zysk z przeprowadzki. Dominuje tu bowiem dyskurs indywidualistyczny, w którym dane stają się instrumentem dla jednostek pragnących zminimalizować własne ryzyko poprzez wyszukanie optymalnej lokalizacji.

W Europie Zachodniej, zwłaszcza w krajach o tradycji socjaldemokratycznej, podobne wyniki stają się amunicją w sporze o politykę mieszkaniową, planowanie miast czy redystrybucję przestrzenną usług publicznych. Dane nie służą jednostkowej optymalizacji, lecz stają się argumentem za państwowym interwencjonizmem, za koncepcją miasta jako dobra wspólnego, wymagającego świadomej interwencji.

W wielu krajach arabskich brakuje jeszcze stabilnej infrastruktury big data, która pozwoliłaby na analogiczne badania. Jednak tam, gdzie władza realizuje wielkie programy urbanistyczne i projekty smart cities, logika datyzmu wkracza w parze z technokratyczną wizją państwa. Ryzyko polega na tym, że dane o mobilności i sukcesie zostają wprzęgnięte w projekt paternalistycznej kontroli, nie zaś emancypacji. Dziecko nie tyle ma trafić do lepszej dzielnicy dzięki świadomej decyzji rodziców, ile ma zostać uformowane w sztucznie zaprojektowanej przestrzeni, gdzie to państwo arbitralnie decyduje, jakie wzorce osobowe są pożądane, a jakie należy zmarginalizować.

Zachód vs. świat arabski: zróżnicowane podejście do danych

Jeśli dataizm jest spadkobiercą Oświecenia, to jest to spadkobierca radykalny. Odrzuca bowiem stare pytanie o to, jak powinniśmy żyć, na rzecz nowego: jak faktycznie żyją ci, którzy w świetle danych są szczęśliwsi, zdrowsi czy bogatsi? Jego ewangelia jest prosta: dostosujcie swoje omylne intuicje do twardych, statystycznych prawidłowości. Jednak w chwili, gdy dane stają się źródłem norm, rodzi się fundamentalna aporia. Z jednej strony kusi nas obietnicą chłodnej obiektywności. Z drugiej – stawia nas przed nieuniknionym pytaniem: kto decyduje, które wskaźniki stają się miarą udanego życia i jaką wagę przypisujemy zarobkom, szczęściu w małżeństwie, gęstości sieci społecznych czy, owszem, liczbie orgazmów.

W tej właśnie przestrzeni napięć dataizm przestaje być jedynie kolejną techniką optymalizacji. Staje się projektem antropologicznym, który na nowo definiuje człowieka – już nie jako podmiot doświadczenia, lecz jako węzeł w sieci danych; jako byt, którego sens ma być odczytywany nie z głębi jego przeżyć, lecz z zewnętrznej perspektywy statystycznych agregatów. To dlatego obok entuzjazmu rośnie lęk, że ta nowa religia danych okaże się tylko kolejną formą heteronomii – władzy narzuconej z zewnątrz, tym razem pod postacią bezosobowych wskaźników, rankingów i algorytmicznych rekomendacji, które wytyczają nam rzekomo optymalne ścieżki kariery, miłości i rodzicielstwa.

> Czy w świecie, gdzie dane obiecują obiektywność, nie stajemy się mimowolnie zakładnikami algorytmicznych recept na życie? Czy optymalizacja własnej egzystencji, mierzona wskaźnikami sukcesu, nie prowadzi do utraty autentyczności i wolności wyboru? Być może przyszłość nie polega na ślepym podążaniu za danymi, lecz na umiejętności łączenia ich z własną refleksją, tworząc unikalną symfonię indywidualnego losu.

Inspiracje

[1] **"Don’t trust Your GUT"** Set Stephens – Davidowitz

2022 | Dey Street Books

Analityk danych, ekonomista i autor bestsellerów New York Timesa. Znany z wykorzystywania dużych zbiorów danych do odkrywania ludzkich zachowań. Były analityk danych Google, autor felietonów w New York Timesie i wykładowca wizytujący w Wharton. Autor książki „Everybody Lies”.

Data scientist, economist, and NYT bestselling author. Known for using big data to uncover human behavior insights. Former Google data scientist, NYT op-ed writer, and visiting lecturer at Wharton. Author of 'Everybody Lies'.

New York Times (contributing op-ed writer)

Literatura uzupełniająca

Książki

Autorzy przywoływani w artykule:



[1] "Everybody Lies: Big Data, New Data, and What the Internet Can Tell Us About Who We Really Are"

Seth Stephens-Davidowitz

2022 | Bloomsbury Publishing | ISBN: 9781526605139

Google Scholar

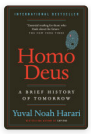
Literatura pokrewna (Google Scholar):



[2] "Sapiens: A Brief History of Humankind"

Yuval Noah Harari

2019 | Arrow | ISBN: 9781784873646



[3] "Homo Deus: A Brief History of Tomorrow"

Yuval Noah Harari

2017 | National Geographic Books | ISBN: 9780771038709

[4] "Without Feathers"

Woody Allen

1986 | Ballantine Books | ISBN: 9780345336972



[5] "Don't Trust Your Gut: Using Data to Get What You Really Want in Life"

Seth Stephens-Davidowitz

2022 | Shortcut Edition



[6] "Moneyball: The Art of Winning an Unfair Game"

Michael Lewis

2004 | W. W. Norton & Company | ISBN: 9780393066234



[7] **"The Sabermetric Revolution: Assessing the Growth of Analytics in Baseball"**

Benjamin Baumer, Andrew Zimbalist

2014 | University of Pennsylvania Press | ISBN: 9780812209129

Google Scholar



[8] **"Big Data: A Revolution That Will Transform How We Live, Work, and Think"**

Viktor Mayer-Schönberger, Kenneth Cukier

2018 | Basic Books | ISBN: 9780465093694



[9] **"Dataclysm: Who We Are (When We Think No One's Looking)"**

Christian Rudder

2014 | Crown | ISBN: 9780804186605

Google Scholar

Artykuły naukowe

Autorzy przywoływani:

[1] **"The Concept of 'Decisive Battles' in World History"**

Yuval Noah Harari

[2] **"Insider's advantage: when foreign firms do not capture opportunity in the local labour market"**

Alessandra L. González

2020 | UNCTAD Transnational Corporations Journal

Google Scholar

[3] **"Area Racism and Birth Outcomes Among Blacks in the United States"**

David H. Chae, Sean Clouston, Connor D. Martz, Seth Stephens-Davidowitz, et al.

2017 | Social Science & Medicine

[4] **"Lessons in Search Data"**

Seth Stephens-Davidowitz

2018

[5] **"Google Trends: A primer for social scientists"**

Scott Althaus, Young Mie Kim, Nicholas Valentino

2016 | Research & Politics

[6] **"Scholars, Eyewitnesses, and Flesh-Witnesses of War: A Tense Relationship"**

Yuval Noah Harari

[7] **"Cognitive determinants of affective forecasting errors"**

Michael Hoerger, Sarah W. Quirk, Richard E. Lucas, Thomas H. Carr

2010 | Judgment and Decision Making

[8] **"The Nature and Nurture of Economic Outcomes"**

Bruce Sacerdote

2002 | American Economic Review

Google Scholar

[9] **"Peer Effects With Random Assignment: Results for Dartmouth Roommates"**

Bruce Sacerdote

2001 | Quarterly Journal of Economics

[10] **"Machine learning uncovers the most robust self-report predictors of relationship quality across 43 longitudinal couples studies"**

Samantha Joel, Paul W. Eastwick

2020 | PNAS

Google Scholar

[11] **"Wanting to Stay and Wanting to Go: Unpacking the Content and Structure of Relationship Stay/Leave Decision Processes"**

Samantha Joel, Geoff Macdonald, Elizabeth Page-Gould

2017

Google Scholar

APA ONE Publishing System

Fundacja Dobre Państwo © 2026

Article ID: 58a1a128-be00-435a-905a-c6d9407ab2cb